



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA INGENIERIA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA INGENIERIA COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE ASOCIATIVIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PANELA GRANULADA DESDE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES CAMPESINAS PRODUCTORAS DE PANELA GRANULADA DEL RECINTO SUNCAMAL DEL CANTÓN CUMANDA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, HACIA LOS PRINCIPALES PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA, PERIODO 2016.

AUTORAS:

GLADYS ELIZABETH CURICAMA QUINLLI

ROSA MARGARITA RODRIGUEZ PADILLA

RIOBAMBA – ECUADOR

2016

CERTIFICADO DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo de TITULACION ha sido desarrollado por las señoritas **GLADYS ELIZABETH CURICAMA QUINLLI, ROSA MARGARITA RODRIGUEZ PADILLA**, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido se autoriza su presentación.

Ing. Oscar Iván Granizo Paredes
DIRECTOR

Ing. Raúl German Ramírez Garrido
MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **GLADYS ELIZABETH CURICAMA QUINLLI**, y **ROSA MARGARITA RODRÍGUEZ PADILLA**, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autoras, asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 24 de marzo del 2016.

Gladys Elizabeth Curicama Quinlli.
C.I: 092932569-4

Rosa Margarita Rodríguez Padilla
C.I: 060426631-2

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a Dios por haberme dado la vida y proveerme de bendiciones en cada momento, que ha fortalecido para seguir luchando por mis sueños.

También quiero dedicarles a mis padres Juana y Alberto por su amor trabajo y sacrificio en todos estos años. Gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que ahora soy. Es un privilegio ser su hija, son los mejores padres

Gladys Elizabeth Curicama Quinlli

El presente trabajo es dedicado a mi Dios por día a día darme el aliento de vida y proveerme de bendiciones en cada momento, una de ellas mi estudio.

También quiero dedicarles a mis padres Rocío y Luis por su amor trabajo y sacrificio en todos estos años de vida. Gracias por permitirme estudiar y prepárame para los retos nuevos que se presenten en el camino.

Rosa Margarita Rodríguez Padilla

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por habernos dado la oportunidad de concluir con satisfacción este trabajo.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas a los docentes de la Carrera de Ingeniería Comercio Exterior, por haber sido una fuente del conocimiento que me ha permitido alcanzar mi carrera profesional y en especial a nuestros tutores, por su ayuda y apoyo incondicional para la conclusión de este trabajo

A nuestros padres por ser fuente de apoyo y respaldo en todo este arduo camino millón gracias y bendiciones

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificado Del Tribunal	ii
Declaración De Autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice De Contenido	vi
Índice De Tablas	x
Índice De Gráficos	xii
Indice De Anexos.....	xiii
Resumen Ejecutivo	xiv
Summary	xv
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.2. Formulación del Problema.....	4
1.1.3. Delimitación del Problema	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	5
1.3 OBJETIVOS.....	7
1.3.1 Objetivo General.....	7
1.3.2 Objetivos Específicos	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	8
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	8
2.1.2 Proyecto	9
2.1.3 Gestión de proyectos.....	9
2.1.4 Asociatividad.	9
2.1.5 Exportación.	10
2.1.6 Procesos de exportación.....	11
2.1.6 .1 .Términos Internacionales de Comercio –INCOTERMS	12
2.1.7 Aranceles	15
2.2 ENTES REGULADORES DEL COMERCIO EXTERIOR.....	15
2.2.1 Código Orgánico de la Producción Comercio e inversión.	15

2.2.2 Obligación Tributaria Aduanera	16
2.2.3 Servicio de Rentas Internas.....	17
2.3 MINISTERIOS REGULADORES DEL COMERCIO EXTERIOR.....	17
2.3.1 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)	17
2.3.2 Instituto De Promoción De Exportaciones E Inversiones (PRO ECUADOR.....	18
2.3.3 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	18
2.3.4 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro.....	18
2.3.5 Ministerio Coordinador De Producción, Empleo Y Competitividad (COMEXI).	18
2.4 LA COMUNIDAD EUROPEA (UNIÓN EUROPEA).....	19
2.4.1 Acuerdos comerciales entre Ecuador y la Unión Europea	20
2.4.2 Relaciones comerciales entre Ecuador y la Unión Europea	23
2.4.3 Comercio bilateral entre Ecuador y la Unión Europea	23
2.5 MARCO CONCEPTUAL.....	24
2.5.1. Panela granulada	24
2.5.2 Caña de azúcar	24
2.5.3 Usos de la caña de azúcar	25
2.5.4 Cultivo de la caña de azúcar	25
2.5.5 Valor Nutricional de la caña de azúcar	26
CAPÍTULO III: MARCO METODÓLOGICO	28
3.1 IDEA A DEFENDER.....	28
3.2. TIPOS DE ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN.....	28
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	29
3.4 CONSUMO APARENTE.....	29
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	30
4.1. TÍTULO	30
4.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	30
4.2.1. Generalidades de la empresa.....	30
4.2.2 Reseña histórica.	30
4.2.3. Misión	31
4.2.4. Visión.....	31
4.2.5. Análisis situacional	33
4.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN	35
4.3.1. Producto terminado.....	36
4.3.2. Capacidad de producción.....	37

4.3.3. Clientes	37
4.4 ESTUDIO DE MERCADO	38
4.4.1 Objetivos del estudio de mercado	38
4.4.1.2 Identificación del producto	38
4.4.2. Generalidades del producto	38
4.4.3. Partida arancelaria sugerida	39
4.4.4. Análisis del Ecuador y su participación internacional	40
4.4.5. Análisis de Mercado de Alemania - Hamburgo.....	41
4.4.5.1 Ubicación geográfica –Alemania.....	42
4.4.5.2. Economía	43
4.4.5.3. Infraestructura.....	44
4.4.5.4. Comercio exterior	44
4.4.6. Segmentación del mercado	48
4.5 ESTUDIO TÉCNICO	63
4.5.1. Objetivo del estudio técnico	63
4.5.2. Determinación del tamaño del proyecto.	63
4.5.3 Factores de viabilidad	64
4.6 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	66
4.6.1. Ubicación de la empresa	66
4.6.2. Macro localización.....	67
4.7. INGENIERÍA DEL PROYECTO	67
4.7.1. Asociatividad	68
4.7.2. Infraestructura física de la empresa	68
4.7.3. Proceso de producción	69
4.7.4. Empaque y embalaje	70
4.7.5. Diagrama de flujos.....	72
4.8 COMERCIO EXTERIOR.....	72
4.8.1. Requisitos y trámites para exportar	72
4.8.2 Proceso de exportación	73
4.8.4. Certificados y registros necesarios para la exportación -Alemania.....	76
4.8.5 Requisitos para exportar a Alemania.	81
4.8.6 Otros requisitos sanitarios.....	86
4.8.7 Logística.....	90
4.8.7.1 Logística de salida.	90

4.8.7.2 Logística de la exportación	92
4.8.7.3 Logística, transporte y gastos exigidos	93
4.8.7.4 Servicios navieros	94
4.8.8 Medios de pago	95
4.9 ESTUDIO FINANCIERO	97
4.9.1 Inversiones Del Proyecto	97
4.9.1.1 Muebles y Enseres	97
4.9.1.2 Terreno	97
4.9.1.3 Edificaciones	98
4.9.1.4 Equipos de oficina	99
4.9.1.5 Equipo De Cómputo	99
4.9.1.6 Maquinaria Y Equipo	100
4.9.1.6 Activo tangible	101
4.9.1.7 Depreciación	101
4.9.2.0 Activos intangibles	102
4.9.2.1 Gastos de constitución	102
4.9.2.2 Capital de trabajo	102
4.9.2.3 Costo de ventas	103
4.9.2.4 Gastos de Administración	104
4.9.2.5 GASTOS DE VENTA DE EXPORTACION	104
4.10 TOTAL DE LA INVERSIÓN.....	105
4.10.1 Costos Y Gastos Anuales	105
4.10.2 Càlculo De Los Ingresos	106
4.10.3 Estados Financieros	107
4.10.3.1 Balance General	107
4.10.3.2 Estado De Resultado	109
4.10.3.3 Flujo De Ventas	110
4.10.4 Evaluación Financiera.....	111
4.12 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	116
CONCLUSIONES	118
RECOMENDACIONES.....	119
BIBLIOGRAFÍA	120
ANEXOS.....	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 1: Oferta de la panela granulada en kilogramos	37
Tabla N. 2: Partida arancelaria	39
Tabla N. 3: Principales países productores de panela granulada.....	39
Tabla N. 4: Principales países productores de panela granulada.....	40
Tabla N. 5: Principales Empresas Exportadoras De Panela Granulada En El Ecuador	41
Tabla N. 6: Características De Consumo Europea	42
Tabla N. 7: Características Principales de Alemania-Hamburgo	43
Tabla N. 8: Exportaciones de panela Granulada - Alemania.....	45
Tabla N. 9: Balanza comercial Alemania	46
Tabla N.10: PIB Alemania 2014.....	47
Tabla N. 11: Segmentación de mercado	49
Tabla N. 12: Comercialización panela granulada-Hamburgo	53
Tabla N. 13: Cálculo de las proyecciones de panela granulada- Hamburgo	54
Tabla N. 14: Producción Nacional Proyectado.....	55
Tabla N. 15: Importaciones Alemanas de panela granulada	55
Tabla N. 16: Importaciones de panela granulada- Hamburgo	56
Tabla N. 17: Exportaciones Alemania-Hamburgo de panela Granulada.....	56
Tabla N. 18: Consumo Nacional Aparente de Alemania.....	58
Tabla N. 19: Población Económicamente Activa de Alemania.....	58
Tabla N. 20: Proyección de la Población Económicamente Activa Proyectada	59
Tabla N. 21: Consumo Per Cápita	59
Tabla N. 22: Consumo Recomendado de BIOCAÑA, panela granulada ecuatoriana en Hamburgo.	60
Tabla N. 23: Déficit por Habitantes de Alemania	60
Tabla N. 24: Déficit Total de Alemania	61
Tabla N. 25: Demanda Insatisfecha	62
Tabla N. 26: Capacidad del container.....	71
Tabla N. 27: Muebles y Enseres – Activos tangibles	97
Tabla N. 28: Terreno.....	98
Tabla N. 29: Edificaciones.....	98
Tabla N. 30: Equipos de oficina	99

Tabla N. 31: Equipo De Cómputo	99
Tabla N. 32: Maquinaria Y Equipo	100
Tabla N. 33: Depreciación y Mantenimiento.....	101
Tabla N. 34: Gastos de Constitución	102
Tabla N. 35: Capital de Trabajo.....	103
Tabla N. 36: Costo de Venta.....	103
Tabla N. 37: Gastos de Administración.....	104
Tabla N. 38: Determinación del Precio FOB.....	104
Tabla N. 39: Cuadro Resumen de Inversión.....	105
Tabla N. 40: Costos y Gastos Anuales	105
Tabla N. 41: Ingresos proyectados	106
Tabla N. 42: Balance General.....	107
Tabla N. 43: Estados De Resultados.....	109
Tabla N. 44: Flujo De Ventas	110

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N. 1: Organigrama la Asociación de mujeres productivas	32
Gráfico N. 2: Proceso de producción de panela granulada.....	35
Gráfico N. 3: Proceso de producción de panela granulada.....	36
Gráfico N. 4: Proceso de producción de panela granulada.....	36
Gráfico N. 5: Empaque Presentación producto de 500kg.....	50
Gráfico N. 6: Empaque Presentación producto de 700kg.....	51
Gráfico N. 7: Empaque Presentación producto de 1 kg.....	51
Gráfico N. 8: Micro localización Aso. de mujeres de panela granulada Suncamal.	66
Gráfico N. 9: Macro localización De La Empresa.....	67
Gráfico N.10: Estrategia De Asociatividad	68
Gráfico N.11:Trámites de RUC	73
Gráfico N.12: Certificados para exportar	76
Gráfico N.13: Sello De Global Protector De Las Prácticas De La Buena Agricultura ..	76
Gráfico N.14: Sello de certificación internacional	77
Gráfico N.15: Post embarque.....	91
Gráfico N.16: Logística de exportación para panela granulada.....	92
Gráfico N. 17:Costo y Flete - Cost and freight CFR.	93
Gráfico N. 18: Logística y transporte	95

INDICE DE ANEXOS

Anexo N. 1: Comprobante de Directivos de Organización	122
Anexo N. 2: Registro Único De MYPYMES	123
Anexo N. 3: Certificado De Registro Sanitario	124
Anexo N. 4: Comercialización - BIOCAÑA	125
Anexo N. 5: Asociación de Mujeres Productivas	125
Anexo N. 6: Asamblea General	126
Anexo N. 7: Recorrido por las Parcelas de Caña de Azúcar	126
Anexo N. 8: Directivos de la Asociación	127
Anexo N. 9: Logo de la Asociación.....	127
Anexo N. 10: Logo del Producto	127

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de titulación es un proyecto de asociatividad para la exportación de panela granulada desde la asociación de mujeres campesinas productoras de panela granulada del recinto Suncamal del cantón Cumanda, provincia de Chimborazo, hacia los principales países de la Unión Europea.

El estudio técnico refleja resultados de infraestructura física, requerimientos en activos, inversión, apoyo por empresas inversionistas del proyecto, procedimientos de obtención productiva, elementos considerados en el proyecto de asociatividad para la exportación de BIOCAÑA panela granulada ecuatoriana

El estudio administrativo legal indica la organización interna de la asociación, participación de CODESPA y MIPRO, los entes legales, documentos, perfil logístico.

El estudio económico y financiero muestra costos de requerimientos para el estudio técnico estableciendo inversión fija tangible cuyo valor es USD 163,603.36 , inversión fija intangible USD \$1500,00 ,capital de trabajo de USD 17,000,Balance inicial y final acorde a la inversión de activos en la empresa, estado de resultados cuya utilidad del ejercicio es de USD 89,011.62 ,el primer año de la actividad económica y hasta el quinto tendrá una Utilidad de USD 94,473.69 ..

La Evaluación del proyecto mide su valor económico, financiero por indicadores financieros proporcionando resultados del (Valor Actual Neto) VAN 1= 198,202.43, VAN 2= 91,343.87 (Tasa Interna de Retorno) TIR= 31 %, (Relación Beneficio Costo) RB/C 1= 1,58, y período de recuperación del capital es de 2 años, 6 meses y 14 días respectivamente, por lo que el proyecto de exportación de panela granulada es viable poner en ejecución.

Palabras claves: proyecto de exportación, asociatividad, panela granulada, VAN, TIR.

Ing. Oscar Iván Granizo Paredes
Director del trabajo de titulación

SUMMARY

This work is an associativity project for the export of granulated panela from the Peasant Women's Association producing granulated panela of Suncamal port area.

Cumanada Canton, Chimborazo province, to the main countries of the European Union. The technical study reflects results of physical infrastructure, assets requirements, investment, investment companies support the project, obtaining production processes, element considered in the associativity project for the export of BIOCANA Ecuadorian granulated panela.

The legal administrative study shows the internal organization of the association, and participation of CODESPA and MIPRO, legal entities, documents, and logistical profile. The economic and financial study show cost requirements for the technical study establishing tangible fixed investment whose value is USD \$ 163,603.36, intangible fixed investment fixed investment USD \$ 1500,00 working capital of USD \$17,000.00 , Initial and final balance according to the investment of assets in the company statement whose net income is \$ 89,011.62 ,the first year economic activity and until the fifth will have a profit of USD 94,473.69 .

The project evaluation measures its economic ,financial value by financial indicators providing results (Net Present Value) NPV 1 -198,202.43 , NPV 2= 91,343.87 (Internal rate of Return) IRR= 31% (Cost – Benefit Ratio) CBR 1 = 1.58 ,and capital recovery period is 2 years ,6 months and 14 days ,respectively ,so that the proposed export of granulated panela is feasible to implement .

Keywords : export project ,associativity ,granulated panela ,NPV .IRR.

INTRODUCCIÓN

La producción de panela granulada es una actividad que abarca una serie de prácticas, una amplia gama de sistemas y técnicas de procesos para su realización y su eficiente producción que ha sido practicada desde épocas muy remotas para el consumo de las familias, en la actualidad se complementa como una actividad socioeconómica que ha generado fuentes de empleo a través de diversas empresas cañicultoras y azucareras dentro del país mediante la producción y comercialización por diferentes canales de distribución tomando en cuenta con la calidad y bajos costos posibles lo que hace que sea competitivo dentro del mercado.

Existen grandes retos que deben ser superados por la agricultura en lo que concierne a la caña de azúcar para un desarrollo sostenible y sustentable estimando el impacto ambiental como también los efectos para las generaciones futuras, no obstante el cañicultor pondrá mayor énfasis en la producción tomando en cuenta las normativas vigentes insertando en su actividad la innovación y avances tecnológicos que permitan la adaptación en la agricultura con responsabilidad social y ambiental, además en los procesos que se lleva a cabo con el producto para la comercialización, control de sanidad de la especie de caña de azúcar perteneciente a la familia de la chancana boliviana, e investigación de mercados nacional e internacionalmente. Se acoge a estas consideraciones debido a que muchos países del mundo se encuentran esbozando planes de soberanía alimentaria, entendiendo como el derecho de los países para decidir que cultivar, producir, distribuir y consumir.

Esta investigación se centra en un proyecto de exportación de panela granulada a través de la participación y apoyo de empresas públicas y ONG como MIPRO zona 3 y CODESPA respectivamente, producto obtenido de la caña de azúcar perteneciente a la especie *Póaceas*, nombre científico es (*saccharum officinarum*) desde la asociación de mujeres productoras de panela granulada del Recinto Suncamal, cantón Cumanda, provincia Chimborazo hacia los principales países consumidores de panela granulada en la Unión Europea considerando porcentajes de aceptación de productos ecuatorianos, consumo per capital segmentando el mercado de Hamburgo-Alemania de acuerdo al análisis situacional generalizado reflejado en el estudio de la asociación que

opera en el recinto Suncamal de Cumanda desde hace más de una década dedicada en la producción de panela granulada debido a la productividad dentro de la localidad producida por las condiciones climatológicas y recursos agrícolas que posee, además el proyecto propone los resultados de la investigación de mercado objetivo, el estudio técnico con los requerimientos respectivos, análisis y participación de la asociatividad entre las empresas inversoras y operadoras de productividad como la asociación de mujeres productoras de panela granulada de Suncamal , MIPRO y CODESPA ,el estudio legal para exportación que contiene las figura jurídica ,el análisis legal para la exportación y los resultados financieros del proyecto para estimar la viabilidad y la aceptación del mismo en la Unión Europea .

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad es casi imposible que una microempresa trate de sobrevivir sin mantener una asociatividad con sectores gubernamentales y no gubernamentales es por esto que se busca fortalecer a las pequeñas y medianas empresas para su competitividad en el mercado, frente a grandes empresas ya posicionadas tomando en cuenta el crecimiento acelerado de la tecnología.

El Ecuador es un país que a lo largo del tiempo ha dependido de las exportaciones de productos tradicionales, y no tradicionales, tomando en cuenta las exigencias del mercado internacional que buscan tener dentro de su cartera productos orgánicos, ejemplo la panela granulada que por su calidad son muy cotizados en el mercado extranjero.

La falta de participación de empresas públicas que impulsen al desarrollo socio económico y a la matriz productiva de pequeñas y medianas empresas no ha permitido un respaldo adecuado en las exportaciones ecuatorianas, siendo su participación baja en lo que respecta a la comercialización internacional de panela granulada.

La asociación de mujeres productoras de panela granulada del recinto Suncamal, en los últimos años su producción se ha detenido casi en su totalidad por la falta de organización, dirección, inversión e implementación tecnológico, por lo tanto sus ventas han sido mínimas y esto no ha permitido diversificar su cartera de productos, por ende llegar al mercados nacional e internacionales.

Considerando que Suncamal es un Recinto que tiene las condiciones óptimas para la producción de caña de azúcar debido a su clima y medio ambiente, además de la participación de las mujeres productoras y trabajadoras del mismo. Por lo cual vemos la necesidad de implementar un proyecto de asociatividad para fortalecer a la microempresa con herramientas y asistencia técnica para la exportación de panela granulada. (BIOCAÑA).

1.1.2. Formulación del Problema

¿Cómo incide un proyecto de asociatividad en la exportación de panela granulada desde la asociación de mujeres campesinas productoras de panela granulada del recinto Suncamal del cantón Cumandá, provincia de Chimborazo, hacia los principales países de la Unión Europea, periodo 2016?

1.1.3. Delimitación del Problema

El presente trabajo de investigación está enmarcado hacia la aplicación de un proyecto de asociatividad para la exportación de panela granulada desde la asociación de mujeres campesinas productoras de panela granulada del recinto Suncamal del cantón Cumandá, provincia de Chimborazo, hacia los principales países de la Unión Europea, periodo 2016.

Entre los principales países de la unión europea para la exportación de panela granulada en orden de consumo tenemos:

- Italia como cliente potencial puesto que en el año 2014, se exporto cerca de 279 TM
- España es un atractivo importador de productos orgánicos ya que para el año 2013, dentro de su cartera de productos tuvo el 205 TM respectivamente.
- Alemania con una importación de 134 TM, por lo tanto estos deberían ser principales mercados a donde se debería apuntar la producción.

Desde el punto de vista del análisis per capital se ha considerado al mercado de Alemania como un país con solvencia económica y cultura de compra basado en productos de calidad que cuidan la salud, enfocándose principalmente en los productos orgánicos es así que se ha analizado cada una de las ciudades pertenecientes a este país los cuales se ha estimado como uno de los clientes potenciales a la ciudad de Hamburgo debido a que si bien son consumidores de productos orgánicos son uno de los mayores consumidores de endulzantes sin aditivos químicos o edulcorantes con sacarosa blanquecina como el azúcar , hecho que hace que sea atractivo para la exportación panela granulada .

Tomando en cuenta que dentro de la asociatividad se fortalecerá a la asociación de mujeres productoras del panela granulada del recinto Suncamal, del cual estarán instituciones tanto gubernamentales como no gubernamentales que ayudaran un mejor desenvolvimiento tanto en la producción como en el aspecto administrativo ,buscando fomentar mayor producción para la exportación por ejemplo “FUNDACIÓN CODESPA” facilitaría ayuda técnica y financiera en cuanto a los procesos de producción y el manejo administrativo, “MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD ZONA 3”, se basara prácticamente en facilitarnos toda la información requerida en cuanto a los mercados de destino y si fuere factible la investigación se realizará directamente el análisis del proceso de exportación.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación trata de orientar a la asociación de mujeres campesinas productoras de panela granulada del recinto Suncamal hacia una mejora de los productos y servicios que brinda en la actualidad, para proyectarlos hacia la producción de calidad y posterior a la exportación con el sello ecuatoriano.

Tomando en cuenta que existe un amplio mercado exterior en el cual se ha visto inmersos en proyectarse hacia Europa estimando a los principales países de este continente con mayor consumo o demanda de panela granulada por lo cual se ira tomando en cuenta como eje central exportar y abrir mercado marcando la calidad y buen nombre del producto.

Es conveniente llevar a cabo el proyecto ya que con los estudios necesarios se conocerá aspectos importantes como; mercado, capacidad productiva, localización, distribución y costos, que serán necesarios para que el proyecto se haga realidad, de este modo la producción, comercialización y exportación de panela granulada será una actividad atractiva tanto para la asociación de mujeres campesinas productoras de la misma con el nombre BIOCAÑA del recinto Suncamal, el Ministerio de Productividad e Industrias Zona 3 , como para los consumidores de la Unión Europea. , Sobre el contexto anterior se manifiesta que el Proyecto de asociatividad para la exportación de panela granulada desde la asociación de mujeres campesinas del recinto Suncamal del cantón Cumandá, provincia de Chimborazo, hacia los principales países

de la Unión Europea, periodo 2016 justifica su realización en el impulso que se pretende dar por parte de la asociación hacia nuevos mercados en la Unión Europea.

Los criterios que permiten evaluar el valor potencial de la investigación son:

Conveniencia, ningún inversionista colocará dinero en una idea, que no tenga sustento técnico, es decir que no se conozca cómo se llevará a cabo, tendrá o no éxito en el mercado, y será o no rentable.

Relevancia social, el índice de desempleo es general en el país, toda idea productiva que promueva, impulse e incremente el empleo en todas las localidades del Ecuador, será bien vista por la comunidad, la misma que se vuelve más dinámica y activa económicamente, situación que permite impulsar otras actividades dentro del sector de influencia del proyecto asociativo.

Implicaciones prácticas, un proyecto al ser un instrumento técnico nos ayudará a resolver algunos problemas prácticos como cuanto realmente producir, la distribución en planta y organizacional que deberá tener la nueva empresa, así como de donde provendrán los recursos económicos para impulsar la idea.

Valor teórico, con la aplicación del proyecto propuesto se espera tener una exploración fructífera sobre lo que representa la producción y comercialización de la panela granulada para el recinto Suncamal del cantón Cumandá a la vez de contar con un banco de datos informativos que encierra el presente estudio los mismos que servirá como fuente de apoyo para nuevas iniciativas productivas en el sector.

Utilidad metodológica, es evidente que todos los estudios que se llevan a cabo en un proyecto pueden ayudar a crear un nuevo instrumento para recolectar o analizar, apoyan con diferentes conceptos y sugiere cómo estudiar más adecuadamente una idea productiva.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Elaborar el Proyecto de asociatividad para la exportación de panela granulada, desde la asociación de mujeres campesinas productoras de panela granulada del recinto Suncamal del cantón Cumandá, provincia de Chimborazo, hacia los principales países de la Unión Europea.(Alemania-Hamburgo).

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Realizar un diagnóstico estratégico de la asociación de mujeres campesinas productoras de panela granulada del recinto Suncamal, cantón Cumanda, provincia de Chimborazo.
2. Analizar la productividad de panela granulada de la asociatividad y el alcance para el mercado internacional de la caña de azúcar y sus derivados
3. Desarrollar la propuesta de asociatividad para la exportación de panela granulada hacia los principales países de la Unión Europea.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Existen muchos trabajos de exportación de panela granulada desde diversas empresas y lugares, así también como de procesos de asociatividad, pero no existe trabajos en los que se complemente un proceso de asociatividad con la exportación, por esta razón este trabajo es completamente nuevo y atractivo para los productores de panela.

Estimando datos históricos de productores y cañicultores agrícolas que desde 1992 proyectaron su idea de exportación convirtiéndola una realidad años después, considerando que el Ecuador es una zona privilegiada para el cultivo de un sin número de productos, de los cuales se puede producir una infinidad de alimentos alternativos, este es el caso de la panela granulada que tiene en el país más de 80 años de elaboración, y ha ido incrementando su demanda por la tendencia de la población tanto nacional como internacional en consumir alimentos 100% naturales y nutritivos.

La producción panelera en el Ecuador representa un producto sustituto dentro del mismo que puede estimarse como secundario del azúcar , pues en realidad es un producto orgánico que contiene menos sustancias químicas, edulcorantes y aditivos de los cuales se destaca como principal de exportación hacia la Unión Europea al ser un producto con estas características, siendo uno de los productos agrícolas que ha contribuido de cierta manera el desarrollo económico de la nación ,tal vez no con el mismo potencial que el azúcar pero de cierta forma ha marcado la motivación de manos ecuatorianas hacia la comercialización internacional tal es el caso hacia los Estados Unidos que en el 2008 ,2009, 2010 marcaron cierto ingreso a la nación, estimando que dichas exportaciones tuvieron un volumen de alrededor de 100.000 toneladas correspondientes a 10.000 quintales exportados por año ,que aunque es una cantidad baja podemos aducir que ha sido de gran importancia para el ingreso de divisas hacia nuestra nación .(Orna,2015)

2.1.2 Proyecto

Conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, reuniendo varias ideas para llevarlas a cabo, es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, un proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial o se agotan los recursos disponibles. (Cartagena,2015)

Desde este punto de vista un proyecto se enfoca en una idea para su ejecución tomando en cuenta las necesidades de la empresa y en sus objetivos.

2.1.3 Gestión de proyectos

Gestión de proyectos, los procesos asociativos deben generar acciones y proyectos a corto, mediano y largo plazo con el ánimo de despertar el entusiasmo y la participación activa de las empresas. No todas las empresas que participan en un emprendimiento asociativo, permanecen hasta el final del proceso. Por falta de compromiso con las acciones propuestas y la falta de identidad con los intereses del grupo, hay empresas que desertan del esquema de trabajo. Por eso, es recomendable, antes de emprender acciones de mayor riesgo de inversión, iniciar por actividades conjuntas que permitan medir la seriedad del proceso. Gantt,H(2012)

La gestión de proyectos desde el punto de vista asociativo su objetivo principal es generar confianza entre los miembros y buscar responsabilidad para cada uno de los participantes

2.1.4 Asociatividad.

La asociatividad desarrolla mecanismos de acción conjunta y cooperación empresarial, que contribuye a que las empresas mejoren su posición en el mercado, brindando una estructura más sólida y competitiva. Las empresas que trabajan de manera conjunta cuentan con mayores oportunidades de acceso a servicios, compra de insumos, comercialización y financiamiento.(Cartagena,2015)

La asociatividad facilita la diferenciación de sus productos y servicios, así como los siguientes beneficios:

- Ampliar economías de escala
- Alcanzar nuevos mercados
- Acelerar proceso de aprendizaje mutuo
- Aumentar poder de negociación con clientes y proveedores
- Alcanzar objetivos comunes de mediano y largo plazo
- Responder a las señales del mercado.(

La asociatividad fortalece a las empresas, organizaciones, y busca fortalecerse entre sí para un mayor enfoque productivo y ser competitivo en el mercado que cada vez es más exigente

2.1.5 Exportación.

Es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales.(Proecuador,2015)

Las exportaciones facilitan el intercambio de bienes y servicios para una mejor economía permitiéndonos introducir en otros mercados y de esta manera incrementar la balanza comercial.

2.1.6 Procesos de exportación

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante.
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.
- Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada. (Proecuador,2015)

2.1.6 .1 .Términos Internacionales de Comercio –INCOTERMS

Los INCOTERMS también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del INCOTERMS influye sobre el costo del contrato.

El principal propósito de los INCOTERMS es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

Los INCOTERMS nos ayudan a determinar:

- ✓ El alcance del precio.
- ✓ En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- ✓ El lugar de entrega de la mercadería.
- ✓ Quién contrata y paga el transporte
- ✓ Quién contrata y paga el seguro
- ✓ Qué documentos tramita cada parte y su costo.

Los principales INCOTERMS son:

- CFR (Cost and Freight) - Costo y Flete (puerto de destino convenido)

Para el vendedor los alcances son los mismos que la cotización FOB con la diferencia de que la empresa debe encargarse de contratar la bodega del barco y pagar el flete hasta destino.

- CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido)

Este se refiere a que el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor debe pagar costos y el flete necesarios para conducir las mercaderías al puerto de destino convenido.

- CIP (Carriage and Insurance Paid To) - Transporte y Seguro Pago Hasta (lugar de destino convenido)

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido.

El vendedor también debe conseguir un seguro contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de las mercaderías durante el transporte.

- CPT (Carriage Paid To) - Transporte Pagado Hasta (lugar de destino convenido)

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido.

El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste ocurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas.

- DAF (Delivered At Frontier) - Entregadas en Frontera (lugar convenido)

Este término INCOTERMS significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar al momento en que ha puesto la mercancía despachada en la Aduana para la exportación en el punto y lugar convenido de la frontera pero antes de la aduana fronteriza del país comprador

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte cuando las mercaderías deban entregarse en una frontera terrestre.

- EXW (Ex-Works) - En Fábrica (lugar convenido)

Significa que el vendedor entrega cuando pone la mercadería a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (es decir, fábrica, almacén, etc.).

Este término representa, así, la menor obligación del vendedor, y el comprador debe asumir todos los costos y riesgos.

- FAS (Free Along Ship) - Libre al Costado del Buque (puerto de carga convenido)

Significa que la responsabilidad del vendedor finaliza una vez que la mercadería es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido.

Esto quiere decir que el comprador ha de asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño de las mercaderías desde aquel momento.

- FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto.

El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. (Proecuador,2015)

2.1.7 Aranceles

Es el tributo que se aplica a los bienes que son objeto de importación. El más extendido es el impuesto que se cobra sobre las importaciones, mientras los aranceles sobre las exportaciones son menos corrientes; también pueden existir aranceles de tránsito que gravan los productos que entran en un país con destino a otro, es un impuesto indirecto que grava los bienes que son importados a un país y que tiene dos propósitos:

- proteger los bienes nacionales
- servir como fuente de ingresos para el estado.

Es la nomenclatura oficial de mercaderías clasificadas con la determinación de los gravámenes que deben causarse con motivo de la importación y/o la exportación.(Rubio,2013)

2.2 ENTES REGULADORES DEL COMERCIO EXTERIOR.

2.2.1 Código Orgánico de la Producción Comercio e inversión.

Fomento y la Promoción de las Exportaciones

El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programadas del Gobierno

- a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;
- b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;
- c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de

naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;

d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;

e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional.

f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente

Código y demás normas pertinentes.

Art. 94.- Seguro.- El organismo financiero del sector público que determine la Función

Ejecutiva establecerá y administrará un mecanismo de Seguro de Crédito a la Exportación, con el objeto de cubrir los riesgos de no pago del valor de los bienes o servicios vendidos al exterior dentro de los parámetros de seguridad financiera.”(Proecuador, 2015)

2.2.2 Obligación Tributaria Aduanera

“**Art. 108.-** Tributos al Comercio Exterior.- Los tributos al comercio exterior son:

a. Los derechos arancelarios;

b. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y,

c. Las tasas por servicios aduaneros.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro. Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos

en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se regirán por los principios del Derecho Tributario.

Art. 111.- La persona natural o jurídica que realice exportaciones o importaciones deberá registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, conforme las disposiciones que expida para el efecto la Directora o el Director General.”

2.2.3 Servicio de Rentas Internas

“Las personas naturales y las sociedades que hubiesen pagado el Impuesto al Valor Agregado en las adquisiciones locales o importaciones de bienes que se exporten, así como aquellos bienes, materias primas, insumos, servicios y activos fijos empleados en la fabricación y comercialización de bienes que se exporten, tienen derecho a que ese impuesto les sea reintegrado, sin intereses, en un tiempo no mayor a noventa (90) días.(SRI,2015)

2.3 MINISTERIOS REGULADORES DEL COMERCIO EXTERIOR

2.3.1 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador es una empresa estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio.

Es parte activa del que hacer nacional e internacional, facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico. Está en constante innovación, y perfeccionamiento de los procesos, con el objetivo de brindar la mejor calidad en el servicio al usuario.

Tiene como misión el impulsar el Buen vivir de la sociedad ecuatoriana, a través de un control eficiente al Comercio Exterior que promueva un competencia justa en los sectores económicos; teniendo como base un recurso humano honesto y productivo, una tecnología adecuada y un enfoque a la mejora permanente de sus servicios.(Servicio Nacional Aduanas del Ecuador,2015)

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador al ser un ente que regula las políticas aduaneras, toda empresa ecuatoriana que se dedique al comercio internacional debe estar relacionado directamente con esta entidad.

Pues a través de esta entidad se realizan los trámites necesarios para que las mercancías salgan del país y se comercialicen en mercados internacionales.

2.3.2 Instituto De Promoción De Exportaciones E Inversiones (PRO ECUADOR)

“Es el instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción de estrategias en el comercio internacional.”(Proecuador,2015).

2.3.3 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

“Este ministerio tiene como finalidad el impulsar la generación de productos, bienes y servicios de calidad a través de políticas públicas, planes y proyectos especializados que promuevan la generación de empleo y a su vez permita el ingreso de nuevas empresas y/o productos al mercado interno y externo.” (Proecuador,2015).

2.3.4 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro.

“Es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los alimentos, encargada de la definición y ejecución de políticas, regulación y control de las actividades productivas del agro nacional. La cual es respaldada por normas nacionales e internacionales, que apuntan a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria.” (Agrocalidad, 2014)

2.3.5 Ministerio Coordinador De Producción, Empleo Y Competitividad (COMEXI).

Es un ministerio que genera, coordina, articula, impulsa y evalúa las políticas, programas, proyectos y estrategias de producción, empleo y competitividad del Consejo Sectorial de la producción, orientados al cambio de la matriz productiva del Ecuador”. (COMEXI, 2014)..

2.4 LA COMUNIDAD EUROPEA (UNIÓN EUROPEA)

La Unión Europea (UE) es una comunidad política de derecho constituida en régimen sui generis de organización internacional nacida para propiciar y acoger la integración y gobernanza en común de los Estados y los pueblos de Europa. Está compuesta por veintiocho Estados europeos y fue establecida con la entrada en vigor del Tratado de la Unión Europea (TUE), el 1 de noviembre de 1993.

Con ese acto, la supra estructura «Unión Europea» se fundaba sobre las tres Comunidades Europeas preexistentes —la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA), la Comunidad Europea de la Energía Atómica (EURATOM) y la Comunidad Económica Europea (CEE/CE)— y les añadía la política exterior común y la cooperación judicial y policial, formando un sistema complejo conocido como «los tres pilares». Sin embargo, con la entrada en vigor, el 1 de diciembre de 2009, del Tratado de Lisboa, la Unión Europea sucedió, por completo aunque con ciertas particularidades, a las Comunidades Europeas y asumió con ello su personalidad jurídica única como sujeto de Derecho internacional.

La Unión Europea ha desarrollado un sistema jurídico y político, el comunitario europeo, único en el mundo, que se rige por mecanismos y procedimientos de funcionamiento interno complejos, que se han extendido y evolucionado a lo largo de su historia hasta conformar, en la actualidad, un sistema híbrido de gobierno transnacional difícilmente homologable que combina elementos próximos a la cooperación multilateral, si bien fuertemente estructurada e institucionalizada, con otros de vocación netamente supranacional, regidos ambos por una dinámica de integración regional muy acentuada.

Todo esto desemboca en una peculiarísima comunidad de Derecho, cuya naturaleza jurídica y política es muy discutida, si bien sus elementos fundacionales y su evolución histórica, todavía abierta, apuntan, en el presente, a una especial forma de moderna confederación o gobernanza supranacional, acusadamente institucionalizada y con una inspiración histórico-política de vocación federal en el sentido de un federalismo internacional nuevo, no de un Estado federal clásico que se detecta con cierta claridad en ámbitos como la ciudadanía europea, los principios de primacía y efecto directo que

le son aplicables a su ordenamiento jurídico en relación con los ordenamientos nacionales, el sistema jurisdiccional o la unión monetaria (el sistema del euro).

La Unión Europea, y antes las Comunidades, promueve la integración continental por medio de políticas comunes que abarcan distintos ámbitos de actuación, en su origen esencialmente económicos y progresivamente extendidos a ámbitos indudablemente políticos. Para alcanzar sus objetivos comunes, los estados de la Unión le atribuyen a está determinadas competencias, ejerciendo una soberanía en común o compartida que se despliega a través de los cauces comunitarios.(Europa,2014)

2.4.1 Acuerdos comerciales entre Ecuador y la Unión Europea

Los convenios bilaterales y multilaterales que se han ido dando entre Ecuador y la Unión Europea, han hecho que se conforme los intereses de cada una de las partes y aumenten el intercambio comercial de las cuales ha ido afectando de manera positiva a la balanza comercial a través de exportaciones y en el caso de Ecuador de un principal intercambio por tecnología y ciencia. (Comercio, 2014)

El comercio exterior en el Ecuador presenta varios retos que actualmente están siendo abordados con políticas estatales orientadas a mejorar la situación del país en materia de comercializaciones internacionales. A pesar de que el actual Gobierno ha expresado enfáticamente no querer tratados de libre comercio como el de Estados Unidos no se descarta la opción de realizar otro tipo de acuerdos comerciales.(Teleamazonas,2013)

El jueves 17 de julio del 2014 el gobierno ecuatoriano anuncio el cierre de un acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea, en Bruselas, Bélgica.(Teleamazonas,2013)

“Después de casi cuatro años de trabajo, finalmente hemos cerrado hoy un acuerdo equilibrado con la Unión Europea, que potencia al máximo las oportunidades, reduce a su mínima expresión los costos, respeta el modelo de desarrollo del país y permite proteger a nuestros sectores sensibles. He cumplido con mi conciencia y mis principios”, anunciaba el Ministro de Comercio, Francisco Rivadeneira, al término del encuentro con el comisario europeo de comercio, Karel de Gucht, donde se finiquitaron las negociaciones. (Comercio, 2014)

En el año 2009 Ecuador abandonó la mesa de negociaciones de la que también formaban parte sus vecinos andinos Colombia y Perú, quienes culminaron el proceso de negociaciones y ya tienen en vigor un tratado de libre comercio con la Unión Europea. En ese entonces se consideró que las cláusulas del acuerdo no estaban en armonía con las políticas e ideales de desarrollo que perseguía el país.

Después de casi cinco años de cambios significativos, el Ecuador se ha vuelto un país mucho más desarrollado y preparado para poder negociar con un bloque económico y comercial como la Unión Europea. Por otro lado el acuerdo firmado con el bloque europeo presenta particularidades específicas para el caso ecuatoriano que apuntan al bienestar y protección de los sectores más sensibles de nuestra economía.

Entre los incentivos que impulsaron al país a cerrar este acuerdo comercial está el pacto realizado en Ginebra en 2009 cuyo propósito fue reducir los aranceles europeos a la importación de banano, un producto primordial en la balanza de exportaciones del Ecuador. Además, Ecuador y la Unión Europea durante las negociaciones fueron minimizando diferencias en algunos aspectos como, propiedad intelectual, compras públicas y servicios, que eran de particular preocupación para nuestro país. (Comercio, 2014)

Sin embargo lo que predominó para cerrar este acuerdo fue la preocupación por la debilidad ecuatoriana en cuanto a las exportaciones no petroleras.

Las exportaciones del sector petrolero del Ecuador alcanzan un 60 % del total; por este lado Estados Unidos es el principal socio comercial del país; mientras que la Unión Europea capta el 30% de las exportaciones no petroleras del Ecuador. Actualmente 1500 empresas ecuatorianas exportan de forma directa al mercado europeo, de estas el 60% son mi pymes (micro, pequeñas y medianas empresas). Esta relación genera unas 300 mil plazas de empleo directo y 500 mil indirectos, ligados, por ejemplo, a provisión de empaques, servicios y logística. Si el Ecuador perdía este acceso preferencial con la Unión Europea las exportaciones tradicionales hubiesen caído a causa de aranceles muy altos.

El 85% de las exportaciones del Ecuador, con excepción del banano, se benefician del SGP Plus al momento de entrar a Europa. El SGP Plus seguirá vigente durante el 2015 mientras se ratifica el acuerdo, que se prevé entre en vigencia en un periodo de 18 a 24 meses. (Comercio, 2014)

Entre los nuevos productos que el Ecuador podrá exportar a la Unión Europea se encuentra: azúcar de caña, maíz, arroz, harina, puré de banano, mezclas de café y productos derivados de café, entre otros.

128 productos que representan el 60% de la producción agrícola nacional fueron excluidos; en el sector lácteo se logró la exclusión de la leche líquida, quesos frescos y mantequillas, se permitirá la importación de 400 toneladas de leche en polvo cada año (el 0.18% de la producción interna).

Por otra parte, Ecuador espera que el acuerdo con la UE le permita incrementar la transferencia de tecnología y las inversiones y establecimiento de empresas europeas que contribuyan al objetivo del Gobierno de Rafael Correa de llevar a cabo el cambio de matriz productiva, y que el país pueda exportar no sólo recursos naturales sino también productos manufacturados y con mayor valor añadido. (Teleamazonas, 2014)

El presidente Rafael Correa aseguró que este no es un tratado de libre comercio y que se pondrán límites en cuanto a compras públicas y propiedad intelectual con el fin de proteger a las industrias en desarrollo y a los sectores más débiles del Ecuador. (Teleamazonas, 2014)

2.4.2 Relaciones comerciales entre Ecuador y la Unión Europea

Relaciones políticas y económicas

Ecuador, como el resto de los países latinoamericanos, ha estado estrechamente ligado al continente europeo por vínculos históricos y culturales. Estos lazos han fundamentado la política mantenida por la Unión Europea y por las naciones latinoamericanas para la profundización de sus relaciones.

Este 17 de julio, el ministro de Comercio Exterior, Francisco Rivadeneira, se reunió con el Comisario Europeo de Comercio Karel de Gucht, para finalizar al más alto nivel las negociaciones del Acuerdo Comercial Multi partes entre Ecuador y la Unión Europea que pueda entrar en vigor en 2016 y destacando la importancia del mercado comunitario para las exportaciones ecuatorianas.

Creemos firmemente que el acuerdo que hemos alcanzado es de gran importancia para el futuro del país, de Ecuador, sobre todo cuando se tiene en cuenta la importancia del mercado europeo para nosotros, el más importante para nuestras exportaciones sin tener en cuenta el petróleo

A través de este acuerdo, Ecuador se sumará al tratado de libre comercio multipartito ya en vigor entre los Veintiocho y Colombia y Perú, pero con la garantía de que en el texto se han tenido en cuenta las especificidades de la economía ecuatoriana, según el ministro.

Rivadeneira afirmó que "ambas partes salen ganando" con este acuerdo, al tiempo que se mostró convencido de que Ecuador podrá en el futuro "exportar más productos, con mayor valor añadido", y puso como ejemplo el chocolate que se consume en Europa mayormente producido con cacao ecuatoriano.(Ministerio relaciones exteriores,2015)

2.4.3 Comercio bilateral entre Ecuador y la Unión Europea

En La última década el comercio entre Ecuador y la UE ha tenido un comportamiento positivo con un incremento considerable de las transacciones comerciales entre ambas partes.

En 2012, el comercio totalizó los € 4.708 millones haciendo de la UE el segundo mayor socio comercial de Ecuador representando el 11,6% de su comercio con el mundo. En el caso contrario, Ecuador representa el 0,1% del comercio de la UE con el mundo

ubicándolo en 2012 como uno de los 10 primeros socios comerciales en América Latina.

En comparación con la cifra de 2011, el déficit en la balanza comercial que tenía la UE con Ecuador se redujo cerca de un 80%, llevándolo a su nivel más bajo históricamente. En la actualidad, Ecuador se encuentra bajo el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) que le permite exportar varios productos con ciertas preferencias a la UE. (Ministerio relaciones exteriores, 2015)

2.5 MARCO CONCEPTUAL.

2.5.1. Panela granulada

La panela granulada es un producto obtenido de la evaporación de los jugos de la caña de azúcar y la consiguiente cristalización de la sacarosa que contiene minerales y vitaminas, pudiendo ser utilizada en la fabricación de productos alimenticios y proveedora de insumos para otras industrias como la farmacéutica es utilizada tradicionalmente como un endulzante para postres. . (Estrada, 2013)

2.5.2 Caña de azúcar

Conocido científicamente como *Saccharum officinarum*, la caña de azúcar o simplemente caña, es una especie de planta perteneciente a la familia de las poáceas

Son plantas cespitosas con tallos de hasta 5 o 6 m x 2-5 cm, con numerosos entrenudos alargados vegetativamente, dulces y jugosos y duros, desnudo abajo. Vainas glabras o pelosas; ligula de 2-4 mm; láminas 1-2 m x 2-6 cm, glabras o la costilla media pelosa. Panícula 25-50 cm; pedúnculo glabro o densamente puberulento; eje glabro o peloso; entrenudos del raquis de 5 mm, glabros. Espiguillas 3-4 mm, agudas, con tricomas de hasta 7 mm; gluma inferior glabra; lema inferior ciliada in el 1/ 2 superior; lema superior y arista generalmente ausentes; anteras 3, 1.5-2 mm.

Diferentes microorganismos asociados a sus raíces y algunos que crecen dentro de los tejidos de la planta (endófitos), como en el tallo y las hojas, pueden fijar el nitrógeno atmosférico, lo que permite su cultivo en muchas zonas sin aporte de abonos nitrogenados. (Estrada, 2013)

2.5.3 Usos de la caña de azúcar

El jugo de su tallo es la principal fuente de azúcar. Después de cosechar la caña, pasa bajo unas cuchillas desmenuzadoras, para luego pasar al trapiche. Este jugo es depurando por una serie de filtros; a continuación, se somete a un tratamiento clarificante y de ahí se coloca en depósitos de cocción al vacío, donde se concentra el jugo; por último, se cristaliza el azúcar del jugo. Una vez cristalizado el azúcar, se extrae el agua restante quedando así el azúcar blanco común que se conoce habitualmente.

En las zonas donde se cosecha, también se masca la caña fresca, por su jugo; pero también el jugo dulce se vende en vasos o conos de papel poco después de haber sido extraído empleando una máquina con ese fin. En algunos países como Cuba, Colombia, República Dominicana y Venezuela este jugo se conoce como Guarapo.

2.5.4 Cultivo de la caña de azúcar

La caña es un cultivo de zonas tropicales o subtropicales del mundo. Requiere agua y suelos adecuados para crecer bien. Es una planta que asimila muy bien la radiación solar, teniendo una eficiencia cercana a 2% de conversión de la energía incidente en biomasa. Un cultivo eficiente puede producir 100 a 150 toneladas de caña por hectárea por año (con 14% a 17% de sacarosa, 14% a 16% de fibra y 2% de otros productos solubles).

La caña se propaga mediante la plantación de trozos de caña, de cada nudo sale una planta nueva idéntica a la original; una vez plantada la planta crece y acumula azúcar en su tallo, el cual se corta cuando está maduro. La planta retoña varias veces y puede seguir siendo cosechada. Estos cortes sucesivos se llaman "zafras". La planta se deteriora con el tiempo y por el uso de la maquinaria que pisa las raíces, así que se debe replantar cada siete a diez años, aunque existen cañaverales de 25 o más años de edad.

La caña requiere de abundante agua. Su periodo de crecimiento varía entre 11 y 17 meses, dependiendo de la variedad de caña y de la zona. Requiere de nitrógeno, fósforo, potasio y cierto para su fertilización. En zonas salinas se adiciona azufre para controlar el sodio. (Conabio, 2009)

La caña se puede cosechar a mano o a máquina. La cosecha manual se hace a base de personas con machete o rulas que cortan los tallos (generalmente después de quemada la planta para hacer más eficiente la labor) y los organizan en chorras para su transporte. Una persona puede cosechar entre 5 y 7 t por día de caña quemada y 40% menos de caña sin quemar. La cosecha mecánica se hace con cosechadoras que cortan la mata y separan los tallos de las hojas con ventiladores. Una máquina puede cosechar 30 toneladas por hora, pero con el inconveniente de que daña la raíz o soca, disminuyendo en gran medida el nacimiento de nuevas plantas por este método siendo muchas veces necesaria la replantación.

Se pueden sacar 300 libras de azúcar de 3 toneladas de caña de azúcar.

2.5.5 Valor Nutricional de la caña de azúcar

Entre los grupos de nutrientes esenciales de la panela deben mencionarse el agua, los carbohidratos, los minerales, las proteínas, las vitaminas y las grasas.

- Los azúcares son nutrientes básicamente energéticos, de ellos el organismo obtiene la energía necesaria para su funcionamiento y desarrollo de procesos metabólicos, los carbohidratos presentes en la panela, son la sacarosa, que aparece en mayor proporción y otros componentes menores denominados azúcares reductores o invertidos como la glucosa y la fructuosa; los cuales poseen un mayor, valor biológico para el organismo que la sacarosa, componente principal del azúcar moscabado y refinado.
- En la panela se encuentran cantidades notables de sales minerales, las cuales son 5 veces mayores que los de los azúcares moscabados y 50 veces más que las del azúcar refinado.

Entre los principales minerales que contiene la panela figuran; El calcio (Ca), Potasio (K), Magnesio (Mg), Cobre (Cu), Hierro (Fe) y Fósforo (P), como también trazas de Flúor (F) y Selenio (Se).

- El Calcio contenido en la panela contribuye a la formación de una mejor dentadura y unos huesos más fuertes, así como en la prevención de caries, especialmente en los niños. En poblaciones infantiles donde la dieta incluye panela, la incidencia de la caries es significativamente baja; esta se explica por la presencia de Fósforo y Calcio que

entran a formar parte de la estructura dental y al mismo tiempo contienen cationes alcalinos (Potasio, magnesio, calcio), capaces de neutralizar la excesiva acidez, una de las principales causas de las caries. Es además esencial para regular la contracción muscular, el ritmo cardiaco, la excitabilidad nerviosa y ayuda también a corregir deficiencias óseas como la osteoporosis que se presenta en la edad adulta.

- El hierro contenido en la panela previene la anemia. El porcentaje de este mineral en el recién nacido se consume a los pocos meses, razón por la cual se requiere una dieta rica en hierro, para que el nivel de hemoglobina permanezca estable. Este nutriente fortalece también el sistema inmunológico del infante y previene enfermedades del sistema respiratorio y urinario.

- Otro elemento que aporta la panela es el fósforo, pilar importante de huesos y dientes, participante en el metabolismo de las grasas, carbohidratos e intercambios de energía a través de las reacciones oxidativas de fosforilación. Su déficit en forma inorgánica acarrea una desmineralización de los huesos, crecimiento escaso en la edad infantil, raquitismo y osteomalacia.

- El magnesio es fortificante del sistema nervioso, actúa en la excitabilidad muscular y sirve como activador de varias enzimas como la fosfatasa de la sangre. Los niños que tienen un nivel normal de este elemento son más activos.

- El Potasio es indispensable en el mantenimiento del equilibrio del líquido intracelular, afecta el ritmo del corazón y participa en la regulación de la excitabilidad nerviosa y muscular.

La vitamina A es indispensable para el crecimiento del esqueleto y del tejido conjuntivo y forma parte de la púrpura visual.

Las vitaminas del complejo B como la B₁ intervienen en el metabolismo de los ácidos y de los lípidos. La B₆ participa en el metabolismo de los ácidos grasos esenciales y es fundamental en la síntesis de Hemoglobina y citocromos. La Vitamina D, incrementa la absorción de calcio y fósforo en el intestino y la Vitamina C, cumple con mantener el material intercelular del cartílago, dentina y huesos. (Conabio, 2009)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 IDEA A DEFENDER

El desarrollo del estudio vinculado en el exterior cambiará la sistematización y mecanismos de productividad y manejo económico dentro de la asociación de productoras campesinas de panela granulada "BIO CAÑA", incrementando las divisas dentro del país debido a la exportación hacia los principales países consumidores de la misma pertenecientes a la Unión Europea a través del adecuado manejo y ejecución del presente estudio, con el fin de cumplir con los objetivos esquematizados en el proyecto antes mencionados.

3.2. TIPOS DE ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación se va a realizar mediante la modalidad descriptiva-explicativa, en donde se empleara una serie de herramientas y técnicas para la recolección de información de todos los aspectos y características de la realidad y así proporcionando datos relevantes para describir y explicar los factores importantes.

La investigación descriptiva "comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente".

"La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada".
Tamayo,T(2012)

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El diseño a utilizar en esta investigación es la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado, la presente investigación será cualitativa – cuantitativa.

Cualitativa porque generará la comprensión del fenómeno y sus características y cuantitativa pues se considerarán términos financieros e indicadores de cumplimiento. “El proceso de Investigación” señala que se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos. Sabino,C (2013)

3.4 Consumo Aparente

El presente trabajo es la realización de un proyecto de asociatividad para la exportación de panela granulada hacia los principales países de la Unión Europea estimando el mercado de Hamburgo- Alemania, por tanto se tomará datos históricos y proyectados que se llevará a cabo en la investigación de mercado, el nicho de mercado para esta investigación es la ciudad de Hamburgo – Alemania con una población total de 1 065 987 (un millón sesenta y cinco mil novecientos ochenta y siete) habitantes ,con la que se va a trabajar en el proyecto , de acuerdo a las estadísticas del año 2015 generadas por la INE (Instituto Nacional de Estadística) de Hamburgo.

No se ha tomado en cuenta la técnica de encuesta por lo que el mercado es internacional; sin embargo se recabará mediante revisión bibliográfica y web-gráfica para encontrar el consumo nacional aparente que permite establecer la oferta y la demanda, por estos aspectos no amerita considerar el cálculo de la muestra para esta investigación. (Incap,2014)

Por lo que aplicamos la fórmula del consumo aparente:

$$Ca= PN + I- E$$

I= importaciones

Ca= consumo aparente

E=exportaciones

PN= producción nacional

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.

4.1. TÍTULO

Proyecto de asociatividad para la exportación de panela granulada desde la asociación de mujeres campesinas productoras de panela granulada del recinto Suncamal del cantón Cumanda, provincia de Chimborazo, hacia los principales países de la Unión Europea, periodo 2016.(Alemania - Hamburgo)

4.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1. Generalidades de la empresa

La fundación CODESPA, y M.I.P.R.O son los entes que impulsas a la asociación de mujeres productoras de panela granulada a su funcionamiento desde hace unos 2 años atrás enfocados principalmente en la producción de panela granulada mediante la adquisición de caña de azúcar de diferentes lugares, esta asociación está ubicada en el recinto Suncamal, cantón Cumandá,

Sus principales funciones es la crianza de cerdo, producción y transformación de trago destilado, y la producción de panela granulada, los mismos que son comercializados en los mercados locales y diferentes centros comerciales por los mismos socios y a su vez por la fundación Española CODESPA,.

4.2.2 Reseña histórica.

En el año 2001 se crea la asociación de mujeres campesinas productivas, en un principio con 20 socios fundadores el 5 de junio mismo año se hace jurídico, su objetivo principal fue el de agruparse para fomentar y construir mejoras por medio de organismos gubernamentales y no gubernamentales. En sus inicios estaban enfocados a la producción de lácteos sin embargo en febrero del 2004, tiene la intervención de la FUNDACION SAN MARCO y conjuntamente con los socios buscan aprovechar los recursos disponibles y cercanos como es la caña de azúcar para la producción y transformación de la panela granulada en el mismo año realizan el crédito de \$8000 dólares a través de la corporación ESQUEL para la compra del terreno de 1800m² el mismo que será implementado para la producción de panela granulada y sus derivados .

En Junio del 2004 ya implementada la infraestructura y maquinaria necesaria para la transformación del producto empieza la primera producción de panela granulada con 20 toneladas semanales para la molienda y un total de 80 toneladas mensuales estas a su vez dan un equivalente de 120 Quintales de Panela granulada lista para el expendio al público, los precios fijados fueron de \$20,00 el Quintal

En el 2008 la producción era de 150 toneladas mensuales debido al incremento se busca ampliar la maquinaria ,es por esto que se busca la ayuda de instituciones gubernamentales como el GAD provincial, patronato provincial, que aportaron con el trapiche con capacidad de producción de 200 toneladas diarias y el municipio de CUMANDA con el alambique para destilar el trago,

En el 2014 CODESPA, FUNDACION ESPAÑOLA ingresa a prestar ayuda técnica y financiamiento a la asociación de mujeres, no obstante en Junio del mismo año la FUNDACION SAN MARCO se despide de la asociación

En la actualidad CODESPA es la única asociación que se encuentra trabajando conjuntamente con la asociación para mejorar cada vez más a la producción y así mejorar la calidad de vida de los socios y de la comunidad. (Asociación de Mujeres, 2015)

4.2.3. Misión

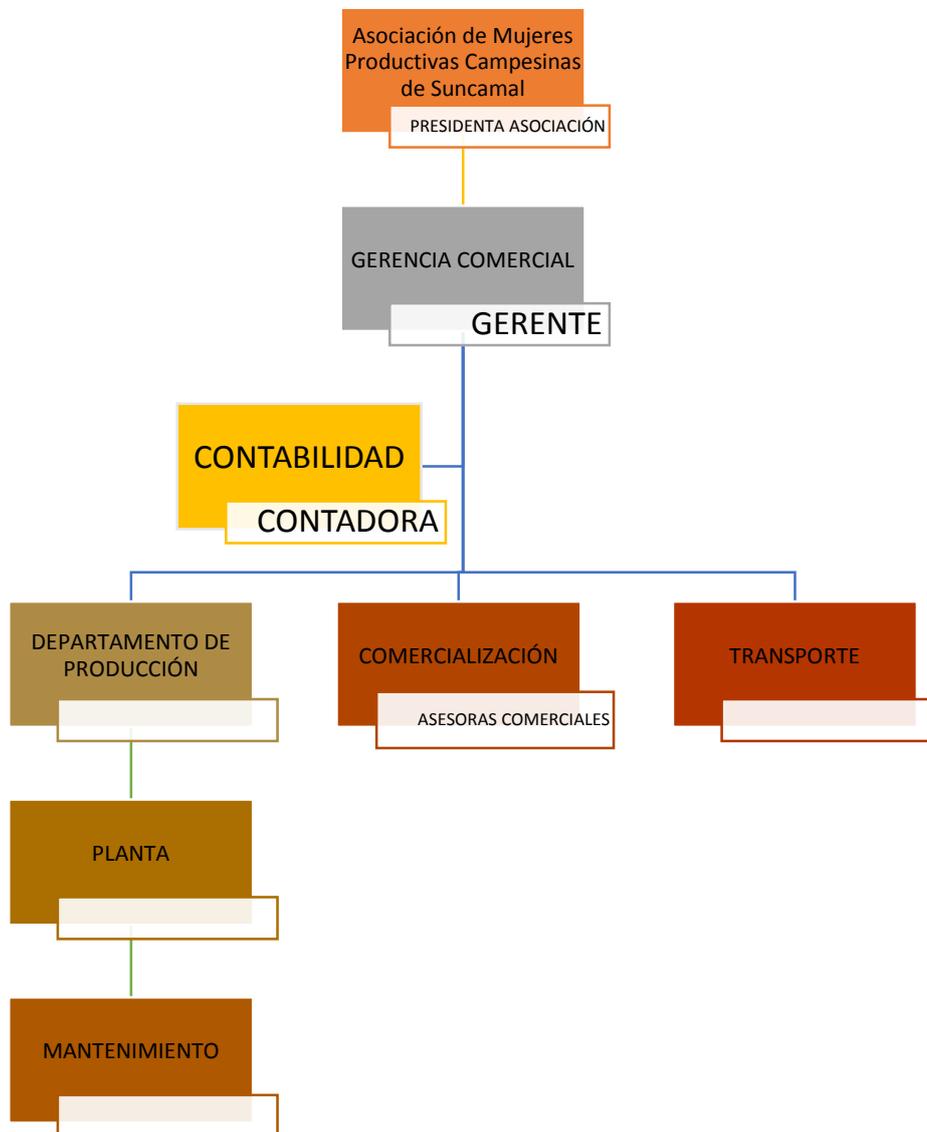
BIOCAÑA es una agro empresa social que contribuye a la producción y comercialización de productos orgánicos derivados de la caña de azúcar, generando oportunidades de trabajo rural y urbano, y velando por el uso racional de los recursos naturales.

4.2.4. Visión

BIOCAÑA., será en el 2017 una agro empresa líder a nivel local, nacional y reconocido en el sector agroindustrial ecuatoriano, por su alto grado de innovación y desarrollo de productos a base de caña de azúcar con una organización con responsabilidad social y de desarrollo del talento humano.

Organigrama De La Empresa

Gráfico N. 1: Organigrama la Asociación de mujeres productivas



Fuente: Asociación de mujeres campesinas productoras de panela- Suncamal

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez.

4.2.5. Análisis situacional

El análisis situacional de una organización es el proceso que estudia el entorno del mercado y las posibilidades comerciales de la empresa. Dentro de análisis situacional se recurre al estudio de dos ambientes el externo que hace mención a las oportunidades y amenazas del mercado, y el ambiente interno las fortalezas y debilidades la empresa (Perez, 2013)

Dentro de este proyecto comprende el análisis situacional para entender cuál es su participación en el mercado interno o externo

4.2.5.1. Análisis macro entorno.

El recinto Suncamal es una de las poblaciones más antiguas del cantón Cumandá pero lamentablemente por la despreocupación de las autoridades locales, provinciales y nacionales hace que demuestre cifras alarmantes y preocupantes para un desarrollo equitativo en diferentes áreas productivas.

4.2.5.2. Análisis micro entorno.

Suncamal se ha caracterizado por ser una zona eminentemente agropecuaria donde los habitantes de esta comunidad están impregnados en actividades como la agricultura, la piscicultura, la ganadería de leche, crianza de especies menores, también este Recinto posee recursos naturales impresionantes los mismos que están orientados a representar como un patrimonio natural y ecológico para fomentar el turismo comunitario de manera sostenida.

De los productos derivados de estas actividades por lo general se destinan al comercio a excepción de los derivados lácteos puesto que para la comunidad se considera una actividad rentable de la cual depende la economía de las familia, los productos que se destinan para la venta por la facilidad del accesos de la vía lo realizan a mercado de Cumanda, Bucay, Pallatanga Riobamba y Guayaquil la forma de comercializarlo es por intermediarios, esto debido a la falta de cultura que tiene los habitantes de la comunidad para realizar comercialización directa hacia los consumidores.

En el recinto Suncamal, la caña de azúcar es uno de los recursos más importantes puesto que su clima favorece para su producción a gran escala así también como cultivo de cacao puesto que estos generan un alto rendimiento económico para las familias.

4.2.5.3 Actividades que realiza la Asociación de mujeres productivas (Biocaña)

1. Mantenimiento de la maquinaria
2. Adquisición de la Caña de azúcar
3. Transformación del producto
4. Comercialización de la panela granulada- Biocaña

4.2.5.4. Análisis FODA de la Asociación de mujeres productivas (Biocaña)

El análisis FODA es una de las herramientas esenciales donde permite asimilar características internas (Fortalezas y debilidades), y situaciones externas (Oportunidades y Amenaza) de la Empresa u Organización, se lo realiza para determinar la situación real de la empresa y posteriormente formular estrategias para mejorar la gestión de la empresa en el mercado. Gonzales,H(2011)

Análisis Interno

a) Fortalezas

- Favorable condiciones climáticas en el recinto Suncamal para la caña de azúcar.
- Adecuada infraestructura para la transformación del producto
- Todos los productores del recinto Suncamal y sus alrededores están ligados a la unidad de producción que facilita la comercialización.

b) Debilidades

- Desconocimiento y falta de alianzas estratégicas con entidades estatales que impulsan la comercialización de productos no tradicionales con valor agregado en mercado nacional e internacional.
- Carencia de información para los procesos de exportación.

c) Oportunidades

- Incremento de la demanda nacional e internacional de productos orgánicos.
- Apoyo financiero y técnico por parte de la fundación Española CODESPA.

- Para el ingreso del mercado Europeo aprovechar los acuerdos comerciales y preferencias arancelarias.

d) Amenazas

- Desarrollo de tecnología avanzada en otros países para la producción de panela granulada
- Desconocimiento de bondades alimenticias de la panela granulada en el mercado nacional e internacional.
- Incremento de la competencia a nivel nacional e internacional con diferentes productos derivados de la panela granulada.
- Estándares de calidad rígidos para ingresar al mercado internacional.

4.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Gráfico N. 2:Proceso de producción de panela granulada



Fuente: Asociación de mujeres campesinas productoras de panela- Suncamal

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez.

Gráfico N. 3 Proceso de producción de panela granulada



Fuente: Asociación de mujeres campesinas productoras de panela- Suncamal

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez.

4.3.1. Producto terminado

Una vez terminado el proceso de producción se empaqueta en fundas biodegradables con la información respectiva del producto.

Gráfico N. 4 Proceso de producción de panela granulada



Fuente: Asociación de mujeres campesinas productoras de panela- Suncamal

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez.

4.3.2. Capacidad de producción

Desde el tercer trimestre del año 2014 hasta el tercer trimestre del año 2015 la Unidad de Producción de panela granulada en Suncamal en sus instalaciones se produjeron aproximadamente 45 TM y aproximadamente el 60% de la producción corresponde a los 6 primeros meses del año 2014 estimando la asociatividad de las empresas públicas y privadas interesadas en el presente proyecto.

4.3.3. Clientes

La unidad de producción de la Panela granulada por lo general se distribuye a nivel local siendo sus principales demandantes:

- En el cantón Cumandá se comercializa en las principales tiendas ya sean de Mayoristas y Minoristas
- El mercado de la Ciudad de Riobamba en las ventas realizadas por parte de los productores en tiendas minoristas y mayoristas como Camari, Dicosavi, Tía, en ferias y en restaurants.

Tabla N. 1 Oferta de la panela granulada en kilogramos

Año	Producción kl	Producción TM
2011	110200	50
2012	136648	62
2013	143260	65
2014	132240	60
2015	180728	82

Fuente: Observación directa Archivos- Unidad de Producción Biocaña

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Se ha recabado esta información para conocer la capacidad productiva de panela granulada de la asociación de mujeres productivas de Suncamal, que a partir de este análisis en el proyecto se considera como la oferta para cubrir la demanda insatisfecha de nuestro mercado objetivo.

4.4 ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado refleja la cantidad de panela granulada que los consumidores de Hamburgo-Alemania están dispuestos a adquirir o demandar. También se determina si BIOCAÑA (panela granulada ecuatoriana) será aceptada o no.

4.4.1 Objetivos del estudio de mercado

Como objetivo esta reflejar la cantidad de BIOCAÑA (panela granulada ecuatoriana) que se debe elaborar, así como determinar los gustos y preferencias de los consumidores de Hamburgo para satisfacer sus necesidades.

4.4.1.2 Identificación del producto.

Reino: Plantae

Especie: Saccharum. officinarum

Nombre común: Caña de Azúcar

Nombre científico: Oncorhynchus Mykiss

Familia: Poaceae

4.4.2. Generalidades del producto

La panela granulada es un producto obtenido de la evaporación de los jugos de la caña de azúcar y la consiguiente cristalización de la sacarosa que contiene minerales y vitaminas utilizada en la fabricación de productos alimenticios y proveedora de insumos para otras industrias como la farmacéutica.

Es utilizada tradicionalmente como un endulzante natural que por su alta calidad alimenticia, sanidad y presentación, cuenta con un representativo mercado en la región Interandina y buenas perspectivas para las exportaciones. En el recinto Suncamal cantón Cumanda ,provincia de Chimborazo, para la producción y comercialización se ha estimado caña de azúcar de sus alrededores para la realización de BIOCAÑA (panela granulada ecuatoriana) que debido al buen comportamiento y adaptación del clima, influye en la rapidez y crecimiento de la misma, por este motivo se ha empleado realizar

este proyecto que sugiere la exportación de BIOCAÑA (panela granulada ecuatoriana) a través de una asociatividad entre instituciones públicas que fomente el comercio internacional dejando en alto el sello ecuatoriano y empresas privadas como CODESPA Y la asociación de mujeres campesinas de Suncamal fomentando las divisas en la nación, cumpliendo las expectativas requeridas en el mercado internacional

4.4.3. Partida arancelaria sugerida

La partida arancelaria sugerida para este proyecto es el 17.01.11 de acuerdo a la clasificación de sistema armonizado de arancel clasificado generada por las autoridades competentes del SENA. E.

Tabla N. 2 Partida arancelaria

Sección IV	Productos De Las Industrias Alimentarias; Bebidas, Líquidos Alcohólicos Y Vinagre; Tabaco Y Sucedáneos Del Tabaco Elaborados
Capítulo 17	Azúcares y artículos de confitería
Partida sistema armonizado 1701	Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, o en estado solido
Sub partida del sistema armonizado 170111	De caña

Fuente: Aduanas del Ecuador. Comex, Sistema Armonizado de Arancel

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Tabla N. 3 Principales países productores de panela granulada

Principales Países Exportadores De Panela Granulada				
PAIS	DOLARES	AÑO	TM	%
INDIA	\$37,4 millones	2014	137.948	97,37%
ECUADOR	\$861 mil	2014	763	0,70%
PERÙ	\$633 mil	2014	620	0,43%
COLOMBIA	\$2.6millones	2014	2108	1,48%
		Total	141.439	100%

Fuente: PROEXPORTECUADOR

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.4. Análisis del Ecuador y su participación internacional

Ecuador si bien no es el principal productor a nivel mundial de panela granulada, maneja a su vez una cartera de clientes importantes de la misma en el continente europeo; estimando que su líder y máximo competidor cubre la demanda del continente asiático y en gran parte también de Estados Unidos analizando que su máximo comprador son los Emiratos Árabes Unidos y a su vez el principal exportador de panela conocida en este país como jaggery y cuya designación en la posición arancelaria es 17.01.11.10.00.

4.4.4.1 Destinos de Exportación Ecuador De Panela Granulada

Tabla N. 4 Principales países productores de panela granulada

PAÍS	US \$ MILES	TM	PRECIO US \$ - TON
ITALIA	363.1	292	1.2444
ESPAÑA	236.8	189	1.251
ALEMANIA	95.5	91	1.047
PAÍSES BAJOS	72.8	80	910
FRANCIA	55.0	36	1.516
EEUU	38.3	75	514
TOTAL	861.4	763	1.129

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

La oferta exportable de panela granulada por la calidad, por ser un producto orgánico y saludable se hace interesante para poder ofertar Hamburgo y aunque se ha tenido acuerdos comerciales con Alemania y se ha realizado transacciones en los últimos cinco años de chancana o panela granulada con este país representando \$606.98 mil Fob en dólar por la compra de 583.93TM, se hace muy atractivo a esta ciudad debido a las características antes mencionadas de los consumidores de Hamburgo hacia los productos orgánicos y naturales.

La producción de panela granulada en Ecuador tiene un rango de operatividad regular en toda la extensión del país, en provincias como Guayas, Pichincha y un leve porcentaje en Guaranda con empresas de renombre como las que se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla N. 5 Principales Empresas Exportadoras De Panela Granulada En El Ecuador

Principales Empresas Exportadoras De Panela Granulada En El Ecuador		
Empresa	Dirección	Ciudad
Impulso Proyecciones Cía. Ltda.	av. Quitó 417 y Alejo Liscano	GUAYAQUIL
Álvarez Cedeño Nelly Del Carmen	Cdla. Alborada 4ta etapa ms -fb solar 2	GUAYAQUIL
Andrango Guallichico Clara Piedad	el placer alto OE11 555 y Ramón Pacheco	QUITO
Distribuidora Valdez S.A Valdés	av. Joaquín Orrantía y av. Juan Tancamarengo	GUAYQUIL
Fundación Maquita Cushunchic Mcch	km 4 1/2 vía Daule junto CC. los Robles	GUAYAQUIL
Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio	Marchena de 238 y Versalles	QUITO
Corporación De Desarrollo Grupo Salinas	vía el Calvario S.N y Samilagua	GUARANDA

Fuente: ECUAEXPORT

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.5. Análisis de Mercado de Alemania - Hamburgo

En el presente proyecto se estimó los principales países de la Unión Europea, hecho por el cual hemos analizado el alto índice de consumo de los países de este continente en lo que se refiere a consumo de panela granulada, para lo que hemos considerado las siguientes características:

- Consumo per cápita
- Porcentaje de demandantes de productos orgánicos
- Porcentaje de consumo de productos ecuatorianos

De los cuales hemos analizado que Alemania es uno de los países con mayores importaciones de productos orgánicos y con un considerable índice de consumo de productos ecuatorianos hecho por el cual se hace atractivo para la exportación de nuestro producto hacia Alemania.

Tabla N. 6 Características De Consumo Europea

País	% Consumo De Productos Orgánico	C. Per cápita Anual Kg	% Consumo De Productos Ecuatorianos
ALEMANIA	38%	80 Kg	21%
REINO UNIDO	12%	25.26 Kg	20%
FRANCIA	10%	21.052 Kg	20%
ITALIA	15%	31.57 Kg	18%
SUIZA	5%	10.52 Kg	2%
DINAMARCA	7%	14.73 Kg	7%
SUECIA	7%	14.73 Kg	7%
AUSTRIA	6%	12.63 Kg	5%

Fuente: euro europa eu -ecomercados copy express (Savedra, 2005)

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.5.1 Ubicación geográfica –Alemania

La República Federal de Alemania con su capital Berlín está situada en el corazón de Europa central, limita al norte con el mar Báltico, el mar del Norte y Dinamarca, al sur con Suiza y Austria, al este con Polonia y la Republica Checa y al oeste con Francia, Bélgica, Luxemburgo y los Países Bajos. Es un país democrático y abierto al mundo con una rica tradición y un presente lleno de vitalidad.

Tabla N. 7 Características Principales de Alemania-Hamburgo

Nombre Oficial	República Federal De Alemania
Capital de Alemania	Berlín
Moneda oficial	Euro(Alemania pertenece eurozona)
PIB	USD 3,730 billones
PIB per cápita	USD 47,250
Porcentaje de la población UE	15,9%
Sistema Político	República Parlamentaria Federal
Localización de Hamburgo en Alemania	
<u>Coordenadas</u>	<u>53°33'N 10°00'E</u>
<u>Entidad</u>	<u>Ciudad-estado</u>
• <u>Estado</u>	Hamburgo
Alcalde-Ministro	<u>Olaf Scholz (SPD/Verdes)</u>
• <u>Población</u> (2015)Total	1 065 987 hab.
• <u>Densidad</u>	2400 hab/km ²
<u>Gentilicio</u>	hamburgués, sa

Fuente: Investigación Alemania Org. Wikipedia

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.5.2. Economía

Alemania es la principal potencia económica de la Unión Europea y la cuarta economía del mundo. Tiene el PIB y la cifra de población más altos de la UE, lo que la convierte en el mercado más importante de Europa. El PIB asciende a dos billones 407.200 euros.

Como nación exportadora ocupa la segunda posición a nivel mundial. Las empresas alemanas gozan de un excelente prestigio internacional. Representan el sello de calidad “Made in Germany”, sinónimo de innovación, calidad y adelanto tecnológico. El producto bruto interno (PBI) de Hamburgo asciende a un total de 88.900 millones de euros. La ciudad tiene el mayor PBI de Alemania con 50.000 € por habitante y una relativamente alta tasa de empleo, con el 88 por ciento de la población en edad de trabajar, exhibe la mayor renta per cápita y también su crecimiento económico supera el promedio nacional. Según otro informe de la Comisión Europea, Hamburgo ocupa el cuarto lugar entre las ciudades de la Unión Europea con mejor red de transporte público.

4.4.5.3. Infraestructura.

Alemania dispone de infraestructuras altamente desarrolladas y en dinámico crecimiento. La red de vías férreas totaliza 41.000 km. La red de carreteras 230.000km, y la red de telecomunicaciones es una de las más modernas del mundo.

Hamburgo es un importante lugar de la industria aeroespacial civil. Airbus tiene edificios arquitectónicamente significativos con una amplia gama de estilos. Hay sólo unos pocos rascacielos y destaca la iglesia de San Nicolás, el edificio más alto del mundo con 147 metros El panorama de la ciudad de Hamburgo puede ser visto desde las altas torres de las principales iglesias (Hauptkirchen) como la iglesia de San Miguel, la iglesia de San Pedro, la iglesia de San Jacob y la iglesia de Santa Catalina, cubierta con placas de cobre.

4.4.5.4. Comercio exterior

Alemania figura entre los países más industrializados y potentes del mundo, en el 2014 ocupó el puesto número 3 en el ranking global de exportaciones, seguido a China y a EE.UU. que lideran esta categoría. La unidad de comercio internacional más importante de Hamburgo es el puerto de Hamburgo, que ocupa el 2º puesto en Europa, sólo superada por Róterdam, y el 9º en todo el mundo, con transbordos de 9,8 millones de TEU de carga y 134 millones de toneladas de mercancías en 2007.²⁸ Después de la reunificación alemana, Hamburgo recuperó la parte oriental de su interior y el puerto pasó a ser el de mayor crecimiento en Europa. El comercio internacional es también, la razón por la cual hay un gran número de consulados en la ciudad.

Y es también el mercado de mayor tamaño de la Unión Europea; la economía de este país se concentra tanto en los bienes y servicios industriales alemanes que son muy apreciados a nivel internacional, aproximadamente uno de cada cuatro euros se gana en las exportaciones y más de uno de cada cinco puestos de trabajo depende directa o indirectamente del comercio exterior.

4.4.5.5. Exportaciones de Hamburgo

En 2014 las exportaciones de Alemania crecieron un 4,00% respecto del año anterior. Las ventas al exterior representan el 39,08% de su PIB por lo que se encuentra en el puesto 50 de 189 países, del ranking de exportaciones respecto al PIB, con una cifra de 1.510.934,3 millones de dólares.

- Hamburgo exporta alta tecnología con sus plantas de cogeneración
- Su Balanza Comercial disminuyó ya que las importaciones aunque crecieron fueron menores que las exportaciones.
- La tasa de cobertura (porcentaje de lo que se importa que puede pagarse con lo que se exporta) fue el 124,11%.
- La evolución de las exportaciones en Alemania en los últimos años han incrementado lo que significa que Hamburgo ha mostrado grandes movimientos respecto a la Aero movilización en relación al 2013, al igual que ocurre respecto a 2014 cuando fueron de 909.886,9 millones de dólares, que suponían un 32,26% de su PIB y que para el 2015 fue de USD 3,730 billones de dólares.

Tabla N. 8 Exportaciones de panela Granulada - Alemania

Alemania exportaciones de mercancías		
FECHA	EXPORTACIONES	EXPORTACIONES % PIB
2014	1'510934.3	39.08%
2013	1'452795.4	38.93%
2012	1'407082.0	39.77%
2011	1'473985.0	39.23%
2010	1'256923.7	36.86%
2009	1'120040.6	32.69%

Fuente: Dirección de inteligencia comercial e inversiones PROECUADOR

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Balanza comercial

En 2014 Alemania registró un superávit en su Balanza comercial de 293.548,9 millones de dólares, un 7,57% de su PIB, superior al superávit alcanzado en 2013, de 195.938,0 millones de euros 265.544,4 millones de dólares, el 7.07% del PIB. La variación de la Balanza comercial se ha debido a un incremento de las exportaciones de Alemania superior al de las importaciones.

Si se toma como referencia la balanza comercial con respecto al PIB, en 2014 Alemania ha ganado posiciones. Se ha movido del puesto 32 que ocupaba en 2013, hasta situarse en la posición 29 de dicho ranking.

Tabla N. 9: Balanza comercial Alemania

ALEMANIA –BALANZA COMERCIAL			
FECHA	BALANZA COMERCIAL MILLONES DE \$	TASA DE COBERTURA	BALANZA COMERCIAL %PIB
2014	293548.9	124.11%	7.57%
2013	265544.4	122.37%	7.07%
2012	239845.7	120.55%	6.85%
2011	219115.6	117.46%	5.83%
2010	204109.9	119.35%	5.98%

Fuente: Dirección de inteligencia comercial e inversiones PROECUADOR

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

- **PIB**

El producto interno bruto de Alemania en 2014 ha crecido un 1,6% respecto al 2013. Se trata de una tasa 15 decimas mayor que la del 2013, que fue del 0,1%.

En el 2014 la cifra del pib fue de 3.852.556 dolares con lo que Alemania es la cuarta economia en el ranking de los 196 paises. El valor absoluto del PIB en Alemania crecio 121129 dolares respecto a 2013

Tabla N. 10 PIB Alemania 2014

PIB ALEMANIA 2014 : EVOLUCIÓN TRIMESTRAL			
FECHA	PIB MILLONES \$	VAR.TRIMESTRAL	VAR.ANUAL
IV TRIM 2014	587794	0.7%	1.5%
III TRIM.2014	548509	0.1%	1.2%
II TRIM 2014	529613	-0.1%	1.4%
I TRIM 2014	527553	0.8%	2.3%
PIB ALEMANIA 2013		PIB ALEMANIA 2015	

Fuente: Dirección de inteligencia comercial e inversiones PROECUADOR

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.5.6. Definición del mercado meta

a) Hamburgo

La ciudad forma su propio estado federado, con una extensión de 755 km². A finales de agosto de 2007 tenía 1.763.950 habitantes (4,7 millones en el área metropolitana de Hamburgo, que incluye partes de los estados vecinos de Baja Sajonia y Schleswig-Holstein), lo que la convertía en la segunda ciudad más poblada en Alemania después de Berlín¹ y la séptima de la Unión Europea. Además, su puerto es el segundo más grande de Europa, detrás del de Róterdam, y el noveno del mundo.

El nombre completo de Hamburgo es «Ciudad libre y hanseática de Hamburgo» (Freie und Hansestadt Hamburg en alemán). Esto se debe a su historia como miembro de la liga medieval hanseática y como Ciudad Imperial Libre del Sacro Imperio Romano Germánico, y también por el hecho de que es una ciudad-estado y uno de los dieciséis estados federados de Alemania.

b) Perfil del consumidor

El 72% de la población alemana consume endulzantes en sus bebidas y su comidas el otro 28% estima que los endulzantes son dañinos su consumo, alrededor del 44% de alemanes considera que usan cualquier tipo de endulzantes y tan solo el 28% opta por

consumir endulzantes naturales como la azúcar morena y aún más panela granulada pues contiene menos procesos químicos en su elaboración.(Sabino,2000)

En Hamburgo hemos estimado estos datos estadísticos interesantes para la exportación de BIOCAÑA (panela granulada) debido a que como alemanes tienen una representación de consumo de panela granulada y endulzantes naturales del 28%, otro hecho que ha marcado este interés también es que los hamburgueses son mayormente consumidores de productos orgánicos y naturales, hecho que hace aún más atractiva la exportación.(UE europea,2014)

4.4.6. Segmentación del mercado

El proyecto destina como segmentación por nivel económico a todos los hamburgueses con poder adquisitivo estimando clase media alta y media baja de mercado destinando la panela granulada a los principales supermercados que operan en la ciudad de Hamburgo como EDEKA NIEMERSZEIN , PAOLAS MARKET ,REWEE CITY SUPERMARKT, que son los principales en importación, de productos orgánicos de primera necesidad de diversos países , quiénes será las encargadas de vender a las personas de clase media, media alta y alta que gusten consumir BIOCAÑA (panela granulada ecuatoriana) o a su vez les guste variar en endulzantes en sus bebidas.

4.4.5.1 Criterios de segmentación del mercado

En los criterios de segmentación del mercado tomados en cuenta desde la perspectiva de los supermercados que serán encargados de la distribución de BIOCAÑA (panela granulada ecuatoriana), el proyecto considera los siguientes.

Tabla N. 11 Segmentación de mercado

Demográficas	Edad	5 a 65 años
	Sexo	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino
	Ocupación	<ul style="list-style-type: none"> • Empleado • Desempleado • Independiente • Ama de casa • Estudiantes • Otros
Socioeconómicas	Nivel socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> • Medio • Medio alto • Alto
	Nivel de educación	Todas
	Geografía	A nivel de toda la ciudad y parte de la Comunidad de Hamburgo
Estilo de vida	Personas que consumen por cultura, por su alimentación y por degustación	
Beneficios buscados	<ul style="list-style-type: none"> • Nutrición • Salud • Buen gusto • Consumo en familia 	

Fuente: PROECUADOR

Elaborado: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.6 Producto

4.4.6.1 Presentación del producto en el mercado

En el mercado BIOCAÑA (panela granulada ecuatoriana) que se puede ofertar al consumidor de diferentes países en diversas formas de presentación que se detallan en la siguiente tabla:

Para el estudio de este proyecto el producto se presenta en forma de empaque de 500 kg ,700 kg y de 1 kg en funda hermética y con los sellos nacionales que respaldan su exportación y origen como el sello ecuatoriano, la semaforización, el sello verde para el ingreso de importación hacia Alemania, códigos de empaque por producción, componentes nutricionales.

Gráfico N. 5 Empaque Presentación producto de 500kg



Fuente: Asociación de Mujeres Productoras de Panela-Suncamal

Elaborado: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Gráfico N. 6 Empaque Presentación producto de 700kg



Fuente: Asociación de Mujeres Productoras de Panela-Suncamal
Elaborado: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Gráfico N. 7 Empaque Presentación producto de 1 kg



Fuente: Asociación de Mujeres Productoras de Panela-Suncamal
Elaborado: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.6.2 Formas De Consumo De Panela Granulada.

La principal forma de consumo en el caso de la panela granulada es en bebidas para dietas debido a que no contiene edulcorantes químicos, aditivos ni preservantes debido a que es un producto 100 % orgánico y nutritivo.

4.4.6.3 Productos sustitutos y complementarios

- Azúcar blanca
- Azúcar morena
- Endulzantes naturales
- Panela

4.4.7 Exportaciones ecuatorianas de Panela Granula hacia Alemania

En un análisis acerca de los productos exportados por Ecuador a Alemania específicamente Hamburgo de acuerdo a su participación en el año 2014, se puede observar que la panela granulada tiene una participación con un déficit a diferencia de anteriores años conformados desde el 2003 al 2007 en el que tuvo un auge tal vez no significativo pero que tenía un esquema positivo en dólares estimando que recién ingresaba este cambio monetario a la nación.

Esto se debe a que la mayoría de empresas ecuatorianas vinculadas hacia la exportación consideraron para el 2004 cambios bruscos en las políticas gubernamentales de aquel entonces y la carístia de los costos por sentirse abatidos por los malos gobiernos hizo que poco o nada se haga por el impulso de negociaciones internacionales ,un año después para el 2005 con el ingreso del presidente de Ecuador Rafael Correa la visión y misión de negociaciones dieron un giro puesto a que esta producción fue orientada a la comercialización nacional .

Analizando un comercio justo en comercializar dentro de la nación y después en el exterior hecho que para el cual en el 2006 tomo un giro de 180 grados, debido a que mientras se comercializaba localmente mercados como Colombia y Perú iban cubriendo dicha demanda y con el pasar del tiempo la tecnología fue ganando posición a través de nuevas formas de comercialización, apertura de supermercados y sistematizaciones e negociación de oferta.

Sin embargo hacia Alemania Ecuador se ha mantenido exportando chancana o panela granulada estimando de acuerdo a los cuadro estadísticos como tercer estado demandante de la misma hecho que se hace atractivo para nuestra comercialización

4.4.7.1 Producción Nacional

Según información proporcionada por la cámara de comercio de Ecuador-Alemania, en Hamburgo existe la información necesaria con respecto a las exportaciones de panela granulada por lo que se pude deducir que si existe producción por lo tanto se procede a la realización de una proyección

4.4.7.2 Exportaciones - Importaciones.

De acuerdo con la camara de comercio de Ecuador-Alemania, Hamburgo es un pais Exportador e Importador de panela granulada tal como se muestra en la siguiente tabla, ya que por su clima no es apto para la produccion por lo tanto compra para volverlo a vender

4.4.8.2.1. Demanda Y Oferta

Analisis de la demanda

Cuadro produccion Nacional de panela granulada- Hamburgo

Tabla N. 12 Comercialización panela granulada-Hamburgo

Año	Producción Nacional TM
2010	46
2011	49
2012	53
2013	57
2014	76

Fuente: Cámara de Comercio Ecuador – Estados Unidos

Elaborado Por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Como se puede observar las importaciones en Hamburgo tienen un comportamiento variable, es decir no se puede definir la tendencia real y con la proyeccion que se realice acontinuacion en base a los datos antes mencionados se podra establecer su comportamiento durante los cinco años

Cifras Proyectadas

Tabla N. 13 Cálculo de las proyecciones de panela granulada- Hamburgo

Periodo (X)	Año	Producción Nacional (Y) TM	X ²	Y ²	(X) (Y)
1	2010	46	1	2,116	46
2	2011	49	4	2,401	196
3	2012	53	9	2,809	477
4	2013	57	16	3,249	912
5	2014	76	25	5,776	1.900
15		281	55	16,351	3531

Fuente: Tabla N. 12

Elaborado Por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Formula de Mínimos cuadrados

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{281 - (-2,69) (15)}{5} = 58,89$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum X \sum Y}{N \sum x^2 - (\sum X)^2} = \frac{5(3,531) - 15 (281)}{5 (55) - 15^2} = -2,69$$

$$c = \frac{b (n)}{\sum y} = \frac{-2,69(5)}{281} = 0,04$$

$$Y = a + bx$$

$$Y(2016) = 58,89 + (-2,69)(7) = 77,72$$

$$Y(2017) = 58,89 + (-2,69)(8) = 80,41$$

$$Y(2018) = 58,89 + (-2,69)(9) = 83,10$$

$$Y(2019) = 58,89 + (-2,69)(10) = 85,79$$

$$Y(2020) = 58,89 + (-2,69)(11) = 88,48$$

Tabla N. 14 Producción Nacional Proyectado

Año	Producción Nacional
2016	77,72
2017	80,41
2018	83,10
2019	85,79
2020	88,48

Fuente: Formulas de los mínimos cuadrados

Elaborado Por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.8.2.2. Importaciones alemanas de Panela Granulada en Hamburgo –Alemania

Importaciones de panela granulada a Hamburgo

Tabla N. 15 Importaciones Alemanas de panela granulada

Año	Importaciones TM
2010	3915,5
2011	4086,02
2012	5608,34
2013	6023,03
2014	7732,98

Fuente: EUROEXPORT

Elaborado Por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.8 Proyecciones

4.4.9.1. Importaciones

La proyección de las importaciones de panela granulada en Hamburgo se elabora mediante el método de mínimos cuadrados para los siguientes cinco años.

Tabla N. 16 Importaciones de panela granulada- Hamburgo

Año	Importaciones TM
2016	5485,92
2017	5489,13
2018	5492,34
2019	5495,55
2020	5498,76

Fuente: EUROEXPORT

Elaborado Por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.9.2. Exportaciones

Panela Granulada - Hamburgo

Hamburgo al igual que importa también refleja exportaciones azúcar a granel así también como derivados de la caña de azúcar

Tabla N. 17 Exportaciones Alemania-Hamburgo de panela Granulada

Año	Exportación TM
2011	3987,6
2012	4293,04
2013	3823,1
2014	4758,34

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.9.3. Consumo Aparente

Para el consumo aparente se tomara en cuenta la suma de la producción existen en el mercado de Hamburgo más las importaciones realizadas menos las exportaciones

Detallamos la formula

$$CA=P+M-X$$

En donde

CA: Consumo Aparente

P: Producción

M: Importaciones

X: Exportaciones

En la siguiente tabla se muestra las proyecciones del consumo aparente reflejados a partir del 2015 hasta el 2020

$$CA = P (\text{Producción Nacional}) + M (\text{Importaciones}) - X (\text{Exportaciones})$$

$$CA (2016) = 77,72 + 5485,92 - 0 = 5563,64$$

$$CA (2017) = 80,41 + 5489,13 - 0 = 5569,54$$

$$CA (2018) = 83,10 + 5492,34 - 0 = 5575,44$$

$$CA (2019) = 85,79 + 5495,55 - 0 = 5581,34$$

$$CA (2020) = 88,48 + 5498,76 - 0 = 5587,2$$

Tabla N. 18 Consumo Nacional Aparente de Alemania

Año	Producción Nacional Proyectadas Tm	Importaciones Proyectadas Tm	Exportaciones Proyectadas Tm	Consumo Aparente Tm
2016	77,72	5485,92	0	5563,64
2017	80,41	5489,13	0	5569,54
2018	83,10	5492,34	0	5575,44
2019	85,79	5495,55	0	5581,34
2020	88,48	5498,76	0	5587,24

Fuente: Tabla N 14 y 16

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Tabla N. 19 Población Económicamente Activa de Alemania

AÑOS	PEA
2010	1050365,67
2011	1052823,37
2012	1058488,67
2013	1060989
2014	1063489
2015	1065989

Fuente: Alemania población económicamente activa

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.9.4. Fórmulas

Para la proyección de la Población económicamente activa se realizará con la fórmula del monto con una tasa de crecimiento poblacional 2%, para los cinco años posteriores.

Fórmula

$$M = c (1+i)^n$$

M= Proyección de la población

C= último dato de la población

I= tasa de crecimiento poblacional (0,02)

N= Tiempo centralizado

Tabla N. 20 Proyección de la Población Económicamente Activa Proyectada

AÑOS	PEA
2016	1044667,26
2017	1023773,915
2018	1003298,437
2019	9832324,67
2020	96356962,63

Fuente: Aplicación fórmula del monto con crecimiento poblacional

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.9.5 Consumo Per Cápita

Una vez que se ha proyectado la Población Económicamente Activa de Hamburgo, se procede a calcular el consumo de panela granulada por habitante este se calcula dividiendo el consumo aparente proyectado con PEA proyectado

Tabla N. 21: Consumo Per Cápita

Año	Consumo Aparente TM	PEA	Consumo Aparente Per Cápita M
2016	5563,64	1023773,915	0.005434442
2017	5569,54	1003298,437	0.005512296
2018	5575,44	9832324,67	0.000567052
2019	5581,34	96356962,63	0.000567652
2020	5587,24	1044667,26	0.005348344

Fuente: Tabla 18 y 20

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.4.9.6 Consumo Recomendado

El consumo real recomendado de panela granulada BIOCAÑA per-cápita/mensual, sugerido por la OMS, es de 8.2 kg., es decir que da como resultado 98.48 kg por habitante al año.

Esta cantidad fue estimada bajo los estudios arrojados de consumo de productos 100% orgánicos en Hamburgo, analizando también la demanda de edulcorantes naturales por lo que se ha estimado un margen de error por mes de 0.1 es decir de los 12 meses estimados se aplicara un día con 45 min más, lo que equivale a 12.0145

Tabla N. 22 Consumo Recomendado de BIOCAÑA, panela granulada ecuatoriana en Hamburgo.

Año	Consumo Recomendado Anual (kg)
2015	98.48 kg
2016	98.48 kg
2017	98.48 kg
2018	98.48 kg
2019	98.48 kg
2020	98.48 kg

Fuente: aplicación de la formula para el consumo recomendado-monto

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

a) Déficit por Habitantes

Cuyo cálculo se lo realiza de la siguiente manera:

Déficit por habitante = Consumo Per Cápita real (aparente) – Consumo Recomendado

Déficit x habitante (2016)= 0.005434442–98.48 kg =-98.4745

Déficit x habitante (2017)= 0.005512296–98.48 kg = -98.4744

Déficit x habitante (2018)= 0.000567052–98.48 kg = -98.4794

Déficit x habitante (2019)= 0.000567652–98.48 kg = -98.4794

Déficit x habitante (2020)= 0.0005348344–98.48 kg = -98.4794

Tabla N. 23 Déficit por Habitantes de Alemania

Año	Consumo Aparente Per Cápita TM	Consumo Recomendado Per Cápita kg/año	Déficit por Habitante Kg/año
2016	0.005434442	98.48	-98.4745
2017	0.005512296	98.48	-98.4744
2018	0.000567052	98.48	-98.4794
2019	0.000567652	98.48	-98.4794
2020	0.000567652	98.48	-98.4794

Fuente: Tabla 21 y 22

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez.

b) Déficit Total

Para el cálculo del déficit total de BIOCAÑA, panela granulada ecuatoriana en el mercado de Hamburgo - Alemania se requiere de la PEA proyectada y del déficit por habitante. Y se la obtiene de la siguiente manera:

c) Déficit Total = Déficit por habitante * PEA (Proyectado)

$$\text{Déficit Total} = -98.47 * 1044667,26 = (-102868385.092)$$

$$\text{Déficit Total} = -98.47 * 1023773,915 = (-100811017.41)$$

$$\text{Déficit Total} = -98.47 * 1003298,437 = (-98794797.0914)$$

$$\text{Déficit Total} = -98.47 * 9832324,67 = (-968189010.255)$$

$$\text{Déficit Total} = -98.47 * 96356962,63 = (-9488270110.18)$$

Tabla N. 24 Déficit Total de Alemania

Año	Déficit por Habitante kg/Año	PEA	Déficit Total kg/Año
2016	98.4745	1044667,26	-100811017.41
2017	98.4744	1023773,915	-98794797.0914
2018	98.47 94	1003298,437	-968189010.255
2019	98.47 94	9832324,67	-9488270110.18
2020	98.47 94	96356962,63	-9323475733,10

Fuente: Tabla 23 y 20

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

En este estudio de mercado demostró que el factor demanda es aceptable, puesto que la demanda insatisfecha es de 5427.25 millones de dólares para el año 2015, y aumenta cada año hasta llegar a 603054 millones de dólares sobre tonelada en el 2019

4.4.9.7 Demanda Insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomó en cuenta la producción proyectada de la asociación de productores que está destinada a Alemania y se realizará con la siguiente fórmula:

Demanda Insatisfechas = Oferta (proyectada) - Consumo Aparente (proyectada)

Demanda Insatisfecha (2016) = 260,22 - 5563,54= - 5578,07

Demanda Insatisfecha (2017) = 301,90 - 5575,44= - 5728,89

Demanda Insatisfecha (2018) = 343,58 - 5581,34= -5879,72

Demanda Insatisfecha (2019) = 385,26 - 5587,24= -5201.98

Demanda Insatisfecha (2020) = 394,21 – 6030.54= -5636.33

Tabla N. 25 Demanda Insatisfecha

Año	10% Alemania	Consumo Aparente	Demanda Insatisfecha	Cobertura Demanda Insatisfecha
2016	260,22	5563.64	-5578,07	8,91%
2017	301,90	5569.54	-5728,895	10,01%
2018	343,58	5575.44	-5879,72	11,04%
2019	385,26	5581.34	-5201.98	12%
2020	394.21	5587.24	-5636.33	13%

Fuente: Tabla 18

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Para el porcentaje de cobertura que tiene la presente investigación, se ha tomado en cuenta la oferta de la empresa que corresponde a Hamburgo y el Consumo Aparente proyectada y se aplicó una simple regla de tres.

El volumen de la oferta exportable en el año 2015 sería de 2.185,5 toneladas que equivale al 39% de la demanda insatisfecha del mismo año. Por supuesto con una proyección mayor en un futuro.

4.5 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es un aspecto muy importante dentro de la elaboración de un proyecto, pues nos permitirá determinar todos los factores y aspectos que darán lugar a la toma de decisiones en cuanto se refiere a adquisición de terrenos o edificios, maquinaria, equipos, vehículos, procesos de producción, etc. El estudio técnico pretende responder a varias interrogantes: dónde, cuánto, cuándo, cómo producir los bienes y servicios que se desea, por lo que el aspecto técnico de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto

4.5.1. Objetivo del estudio técnico

Identificar y analizar los procesos de productividad, abasteciendo la comercialización internacional por medio de la asociatividad con las diversas empresas interesadas

4.5.2. Determinación del tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto es la capacidad de producción de los bienes o servicios en un período de operación definido, y se expresa en unidades de producción por año en base al volumen de unidades, peso y valores de los productos. Se debe analizar dos criterios.

El primero que tiene que ver con el mejor tamaño desde el punto de vista económico, el cual definirá el mejor tamaño del proyecto tomando en cuenta aquel que represente el mayor rendimiento financiero del proyecto, a partir de la aplicación de instrumentos para los recursos que permitan la disminución de costos y la maximización de utilidades.

El segundo criterio es aquel que analiza el tamaño del proyecto desde el punto de vista físico, en el cual se analiza la máxima producción que se puede obtener de una planta de producción en una unidad de tiempo definida. Se basa en consideraciones de orden técnico o de ingeniería

Para determinar el tamaño del presente proyecto se debe analizar los siguientes aspectos:

4.5.3 Factores de viabilidad

Los factores que determinan o condicionan el tamaño del proyecto desde el punto de vista físico son:

- ✓ La demanda
- ✓ Suministros e insumos
- ✓ Tecnología y equipos
- ✓ El financiamiento
- ✓ E. La organización

4.5.3.1. Demanda

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc.

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado, a la que se hace referencia en otras partes (básicamente investigación estadística e investigación de campo. Bravo.L (2012).

La demanda es la cantidad de un producto o servicio que el mercado requiere, en este caso será la panela granulada puesto que en el estudio de mercado se reflejó la demanda insatisfecha que se debe cubrir

4.5.3.2. Suministro e Insumos

Para que el proyecto pueda operar correctamente es necesario que exista fluidez en el abastecimiento de materias primas e insumos tanto en calidad como en cantidad. Es importante en sentido previo a la operación del proyecto identificar a los posibles proveedores y las cotizaciones de estos bienes.

4.5.3.3 Materia Prima

Se define como materia prima a todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforme e incorpore en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos que mediante un proceso de transformación permite la obtención de un producto terminado. Dylthey,T (2012)

La materia prima para la transformación de la panela granulada será la caña de azúcar la cual va a ser adquirida principalmente a los productores de las zonas más cercanas y para su abastecimiento total a los cantones aledaños.

4.5.3.4. Equipo, Tecnología

La asociación de mujeres productivas de Suncamal tiene su propia planta procesadora la cual cuenta con maquinaria y Equipos con tecnología apta para la transformación del producto final. Zapata.P(2014)

4.5.3.5 Financiamiento

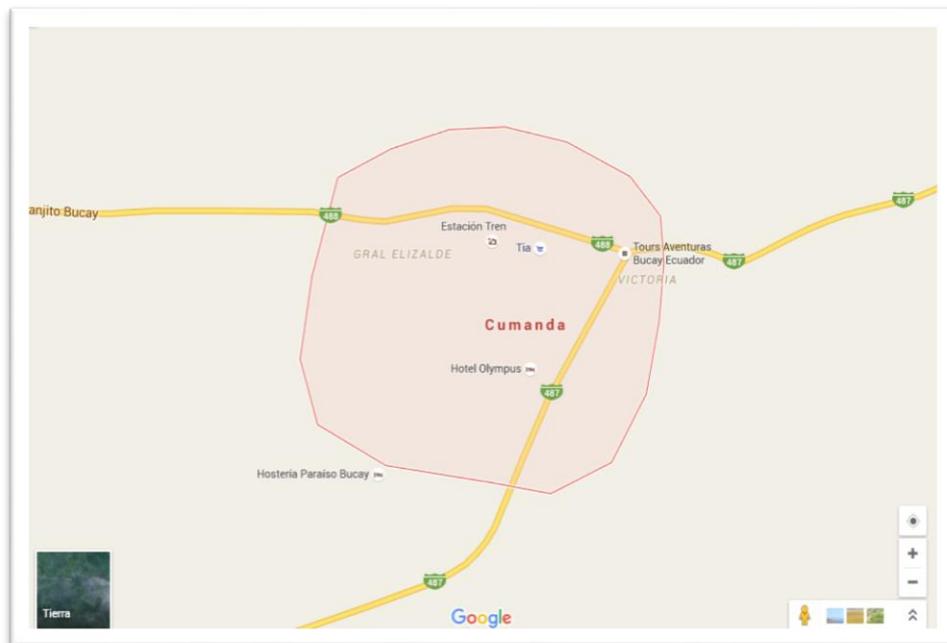
Los recursos financieros que se requieren para poner en marcha el proyecto se obtendrá mediante la asociatividad antes mencionada puesto que CODESPA realizar una inyección financiera y estudios técnicos para la asociación no obstante también tendrá sus recursos propios del capital de trabajo

4.6 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto está dirigido por la asociación de mujeres productoras de panela granulada BIOCAÑA del cantón Cumanda, recinto Suncamal en conjunto con las empresas CODESPA Y MIPRO con enfoque directo hacia los principales países de la Unión europea, Hamburgo Alemania

Micro localización

Gráfico N. 8 Micro localización Asociación de mujeres productoras de panela granulada Suncamal.



Fuente: google mapas

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.6.1. Ubicación de la empresa

Provincia: Chimborazo

Cantón: Cumandá

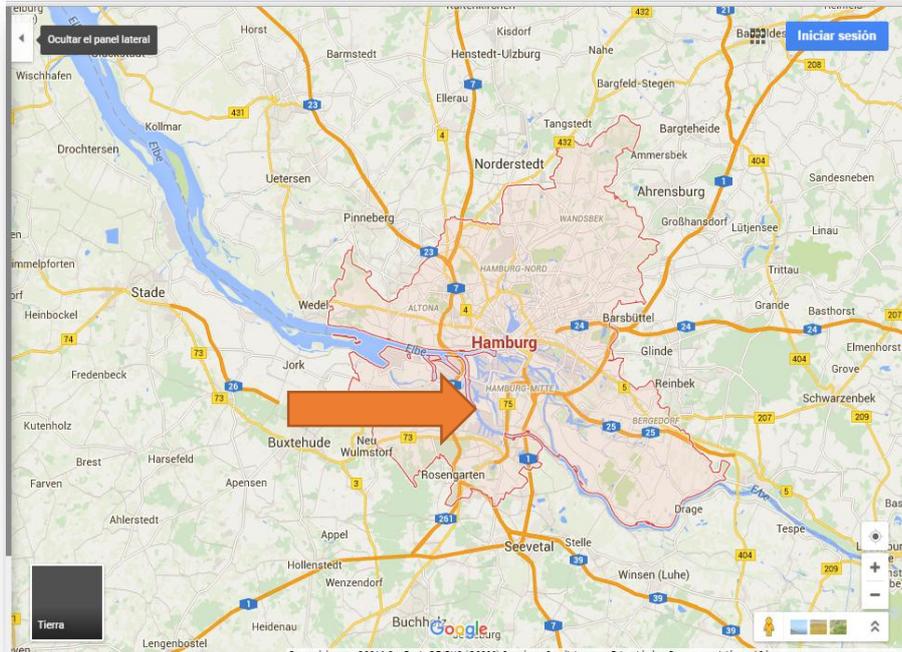
Dirección: Recinto Suncamal

Punto de Referencia: vía alterna Alausi

4.6.2. Macro localización

El proyecto está ubicado en la unión Alemania –Hamburgo

Gráfico N. 9 Macro localización De La Empresa



Fuente: google mapas

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

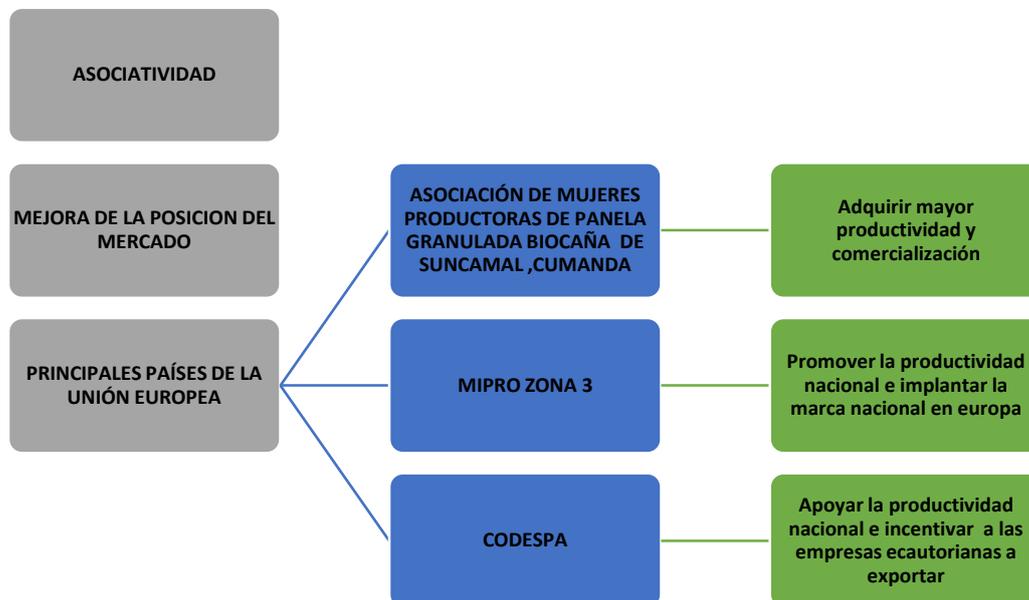
4.7. INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo principal del estudio de la ingeniería del proyecto está dirigido a la correcta comercialización al exterior y productividad de panela granulada a través de la asociatividad de las empresas. En este estudio se incluye desde la descripción del proceso de producción del bien o servicio, selección del equipo y maquinaria requeridos, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de la organización y la constitución jurídica que habrá de tener la planta productiva

4.7.1. Asociatividad

Esta estrategia empresarial permite el desarrollo de la Asociación de mujeres campesinas productoras de panela granulada de Suncamal, a través de la comercialización de BIOCAÑA al exterior lo que promueve la producción nacional implantando la marca nacional en el exterior y que conjuntamente con el respaldo de CODESPA sociedad española incentiva el desarrollo empresarial nacional y promueve las divisas nacionales ecuatorianas desde los principales países europeos consumidores de panela granulada

Gráfico N. 10 Estrategia De Asociatividad



Fuente: CODESPA, MIPRO

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.7.2. Infraestructura física de la empresa

La asociación cuenta con un terreno de 1800 m², dividida en planta de producción de panela granulada y destilación de alcohol, área administrativa, área de almacenamiento.

La asociación dispone de la siguiente infraestructura:

- Área de producción 400m²
- Área administrativa 320m²
- Patio de estibación ,acceso y parqueo 440m²
- Área de destilación de alcohol 250m²
- Área cocina y comedor

4.7.3. Proceso de producción

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de éstos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.

El proceso de producción de la panela está compuesto por una serie de pasos compuestos por el cultivo, apronte, después sigue la extracción de jugos, continuando la pre limpieza y limpieza de los mismos, seguido están los pasos de evaporación y concentración, el punteo, posteriormente se realiza el bateo y moldeo y se finaliza con el empaque y almacenamiento de la panela. La materia prima para la elaboración de panela es la caña de azúcar, cultivo perenne que puede sembrar y cosechar durante todo el año. El beneficio comienza con el corte de la caña o apronte, que es transportada en burros y/o mulas en la gran mayoría de zonas paneleras del país. Llegada al trapiche se pesa en una báscula, registrado su resultado para establecer rendimientos. El proceso de extracción, se inicia pasándola a través de molinos paneleros o trapiches, que por presión física extraen el jugo crudo o guarapo como producto principal y el bagazo, material restante que se utiliza como combustible para la hornilla. El jugo crudo o sin clarificar obtenido debe pasarse a través de un sistema de pre limpieza, después pasa a tanques de almacenamiento. En esas condiciones el jugo es conducido a otro recipiente, donde se realiza la clarificación, este proceso se realiza mediante la adición de las cortezas vegetales floculantes. Se continúa la evaporación de agua aumentando de esta manera la concentración de azúcares en los jugos, cuando éstos alcanzan un contenido de sólidos solubles cercano a los 70B y adquieren consistencia de mieles que pueden ser utilizadas para consumo humano o continuar concentrando hasta el punto de panela. La producción de panela finaliza cuando se alcanza una temperatura entre 118 y 123C (dependiendo del tipo de panela que se quiera producir y de la altura sobre el nivel del mar) y un contenido de sólidos solubles de 90 a 95 Briz. La panela líquida se deposita en bateas preferiblemente de acero inoxidable y por acción de batido intensivo e intermitente se enfría para el moldeo, el cual se realiza mediante el uso de elementos en madera, individuales o múltiples denominados gaveras, en los cuales la panela solidifica adquiriendo su forma definitiva. El producto frío se empaqueta por unidades de kilo o múltiplos de este, en cajas de cartón corrugado

4.7.4. Empaque y embalaje

La panela granulada procesada es envasada en funditas de polipropileno metalizado o polipropileno biorientado laminado con el objetivo de brindar una humedad adecuada y barrera al oxígeno a fin de mantener un producto fresco y dar un tiempo de vida entre 150 – 180 días. Posteriormente son empaquetados en cajas de cartón). Cada caja puede contener aproximadamente 12 unidades de 2000grs en la que es 2 kilogramos. Para determinar las fincas que formaran parte del proyecto se visitó la zona con el fin de entrevistarse con los propietarios de las fincas y obtener la información correspondiente para cuantificar la producción de panela y poder determinar una oferta exportable real. De la información obtenida es importante recalcar que los propietarios están muy interesados en el proyecto ya que su trabajo en la actualidad no es bien recompensado económicamente y no pueden erradicar los intermediarios que no permiten que el sector avance. Además por este inconveniente los productores no se deciden a aumentar la producción ya que las tierras necesarias para ampliar la producción existen. Después de este estudio de campo se obtuvo la siguiente información importante: Las fincas que formaran parte del proyecto son 5 pequeños productores con los cuales se comprometieron a colaborar. • La producción es semanal y las fincas pueden producir 95 Kg. (casi dos quintales). Es decir a la semana se obtienen 3.325 Kg. de polvo de panela. Por lo tanto: producción mensual 13.300 Kg en la que para la exportación cada dos meses es de 26.600 kg (26,6 TM) producción anual 159.600 Kg. (159,6 TM.)

Tabla N. 26 Capacidad del container

Capacidad	
Volumen	33.0 m ³
Peso máximo de carga	28.230 kg
Tasa	2.250 kg
Peso bruto máximo de carga	30.480 kg
Dimensiones internas	
Largo	5900 mm
Ancho	2352 mm
Alto	2392 mm
Apertura de techo	
Anchura	2340 mm
Altura	2280 mm

Fuente: ECUAEXPORT

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Si solo tenemos en cuenta la capacidad máxima del contenedor en peso se diría que podemos transportar 28,18 TM. De panela en polvo que en fundas representan 13,296 fundas de 2 kg cada una pero se debe considerar que para poder estibar la carga en el contenedor se requiere de un segundo embalaje que son cajas de cartón las mismas que miden 0,18m³ cada una y contienen 12 fundas de panela en polvo. Considerado peso y volumen obtenemos como resultado que en cada contenedor podrán transportarse 1108 cajas es decir 13.296 fundas, y en peso son 26.59 TM es decir 26.592kg.

Tabla 28: Capacidad de contenedor

Largo	20cm
Ancho	35cm
Alto	25 cm
Peso	2 kg
Unidad	12 unidades
Cantidad de cajas	1108 cajas
Total de fundas	13296

Fuente: ECUAEXPORT

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Al pasar los años los productores se comprometieron en aumentar la oferta del producto ya que como va aumentando la demanda del producto de igual forma se irá aumentando la oferta de dicho producto para así de una forma paulatina ir aumentando un contenedor cada año. El incremento de los productores es de un 5% cada dos meses que se adquiere la materia prima

4.7.5. Diagrama de flujos

Un Diagrama de Flujo representa la esquematización gráfica de un algoritmo, el cual muestra gráficamente los pasos o procesos a seguir para alcanzar la solución de un problema. Su correcta construcción es sumamente importante porque, a partir del mismo se escribe un programa en algún Lenguaje de Programación.

4.8 COMERCIO EXTERIOR

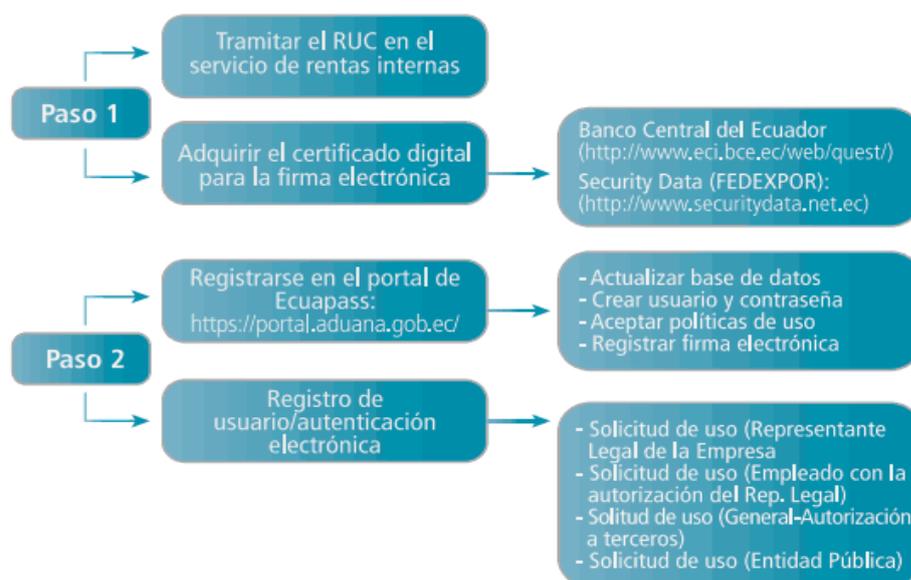
4.8.1. Requisitos y trámites para exportar

4.8.1.1 Requisitos para ser exportador

De acuerdo a lo publicado por Pro Ecuador, para ser exportador debe cumplir los siguientes requisitos:

- Obtener su Registro Único de Contribuyentes, este es emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI). En este documento se detallará la actividad económica de la empresa.
- Conseguir el certificado de firma digital, el mismo que es otorgado por el Banco Central del Ecuador y Security Data, mediante sus páginas web oficiales, es importante mencionar que este documento también es llamado Token.
- Con estos documentos la empresa ya podrá registrarse en la página directa de Ecuapass como exportador, en este link podrá actualizar sus datos elementales, crear un ID y su password, y una vez que se acepte las políticas de uso del mismo se procederá al registro de la firma electrónica que lo avalará en todo tipo de negociaciones de exportación.

Gráfico N. 11 Trámites de RUC



Fuente: SRI –sri.gob.ec tramites de para adquirir certificado digital

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.8.2 Proceso de exportación

Para poder realizar el proceso de exportación por parte de la empresa esta debe cumplir con ciertos requisitos que según Pro Ecuador, tiene su punto de partida en la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE), a través del nuevo sistema ECUAPASS, la misma que deberá estar acompañada por una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque (Exportaciones, 2014)

Es importante mencionar que dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se señalarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación. (Public,2013)

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

4.8.2.1 Documentos necesarios para la exportación de Panela Granulada

Los documentos que se requieren para llevar a cabo los trámites de exportación son:

La Declaración Aduanera de Exportación es la misma que va a ser transmitida por el sistema ECUAPASS. La misma que debe cuenta con los siguientes datos:

- Del exportado o declarante
- Descripción de mercancías por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidad
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía
- Documento de transporte / Embarque Bill of Lading (B/L)

Este documento es utilizado cuando se va realizar la transportación de la mercadería vía marítima puerto a puerto, y tiene como objetivos:

- Recibo de las mercancías que son embarcadas
- Certificar el estado en las que estas se encuentran
- Existencia de contrato de transporte con sus respectivas condiciones en la parte trasera
- Acredita la carga transportada a favor de su legítimo es decir el consignatario

Los encargados de emitir el B/L son los transportistas en este caso va a ser emitido por HAMBURG SÜD quien va a ser el encargado del transporte, las razones por las que se va a utilizar esta empresa es que cuenta con salidas cada 7 días contando con un solo transbordo y un estimado de 17 días para su arribo a Hamburgo. El itinerario de la mercancía sería el siguiente utilizando como referencia las siguientes fechas:

- Puerto de Guayaquil: Viernes 12 de Abril del 2016
- Salida del puerto de Guayaquil: Sábado 13 de Abril del 2016
- Arribo a Puerto de Hamburgo: Miércoles 17 de Abril del 2016

4.8.2.2 Lista de empaque

La lista de empaque o Packing List es un documento que complementa la factura comercial ya que nos especifica el contenido de cada bulto en cuanto a la mercancía, este documento debe ser emitido por la empresa exportadora.

: Número de Packing List y su relación con la factura comercial

- Fecha
- Información del importador y del exportador
- Cantidad de bultos y el contenido de cada uno de ellos
- Peso bruto y peso neto

4.8.4. Certificados y registros necesarios para la exportación -Alemania

Los certificados son la garantía certificada internacionalmente que el productor cumple con todos los requerimientos de calidad para su consumo y además cumple con un empaque amigable con la naturaleza este quiere decir que es que no contamina el ambiente esto es una política del mercado de Hamburgo-Alemania.

Gráfico N. 12: Certificados para exportar



Fuente: Guía del Exportador PRO ECUADOR

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez.

Gráfico N. 13: Sello De Global Protector De Las Prácticas De La Buena Agricultura



Fuente: PRO ECUADOR, Guía de Certificaciones Internacionales

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez.

El estándar fue desarrollado utilizando los lineamientos de HACCP (Control de Riesgo y Puntos Críticos) publicado por las organización De las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, y está gobernada por el esquema de la guía 65 de ISO.

GLOBAL G.A.P es una organización privada no gubernamental sin fines de lucro que fija normas voluntarias para la producción y procesamiento de productos agrícolas,

ganaderos y de la acuicultura. La norma de GLOBAL G.A.P ha sido desarrollada por los principales minorista y cadenas de supermercados en Europa con el fin de establecer normas de buenas prácticas agrícolas con productos seguros y sanos para las empresas de producción y procesamiento de alimentos.

Cuenta con amplia red de más de 140 organismos de certificación que operan en todo el mundo garantizando estándares que son adaptados y aplicados por productores, compradores, auditores y consultores. (Procuador, Guía de Certificaciones, 2015)

La certificación divide sus normas técnicas para sectores como:

- Cultivo (frutas, verduras, café, verde, té, flores)
- Acuicultura
- Ganado (vacuno, porcino, avícola, caprino, bovino, ovino, pavo)
- Material de reproducción vegetal
- Bienestar animal

Por estas consideraciones es aplicable para nuestro proyecto por ende la empresa para que tenga mayor competitividad en el mercado europeo debe tramitar una certificación internacional.

- **Certificado HACCP**

Gráfico N. 14 Sello de certificación internacional



Fuente: Internacional euro

Elaborado por: Gladys Curicama y Rosa Rodríguez.

4.8.4.1 Certificado orgánico

Por medio de la certificación orgánica busca garantizar al consumidor que el producto que adquiere y que va a ser consumido haya sido producido bajo estrictos estándares de protección al ambiente y a la salud humana, además es la protección que tiene el productor para diferenciarse de los demás productores ya que cuenta con el aval de una entidad externa que es la encargada de certificar que todo su proceso de producción es limpio y cumple con todos los estándares.

En el Ecuador hay 5 certificadoras autorizadas por Agrocalidad:

- Bcs Oko – Garantie Cia Ltda
- ECOCERT Ecuador S.A
- Certificadora Ecuatoriana De Estándares Ceres Ecuador Cia Ltda
- ICEA Instituto Para La Certificación
- Control Union Peru S.A.C
- Quality Certification Services QCS Ecuador

4.8.4.2 Certificado fitosanitario

El certificado fitosanitario es un documento emitido por agrocalidad en la cual se certifica que los productos amparados bajo dicha certificación, han cumplido con todos los registros previamente requeridos

a) Solicitud certificado fitosanitario

Este certificado es válido por cada exportación para lo cual se lo debe solicitar dos días antes del despacho de la mercancía, se puede solicitar una inspección en caso de que se lo realice en el punto de control estos a su vez son en puertos, aeropuertos, puerto marítimo pasos fronterizos o también se puede acceder a una pre-inspección si se lo va a realizar en el centro de acopio

Los documentos que se requieren para la inspección o pre-inspección son:

- Registro como operador
- Copia del manifiesto de embarque
- Factura proforma u otro documento que indique información del envío

Si se realiza una pre-inspección Agro calidad emitirá un certificado provisional el mismo que debe ser canjeado por el Certificado Fitosanitario en el punto de control. Si es una inspección ya realizada y aprobada se otorgará el certificado Fitosanitario.

- El usuario debe solicitar el registro de operador en la página web de agrocalidad como productor-exportador.
- Un auditor de agro calidad realiza la inspección del lugar detallado y prepara un reporte el cual debe ser aprobado. Una vez aprobado el reporte se emite al usuario un certificado y un código de registro, los cuales avalan el registro como operador de agrocalidad, este registro es reconocido internacionalmente.

Es importante tomar en cuenta que el certificado fitosanitario es considerado como un documento previo para la nacionalización de la mercancía en el país de importación aún más cuando se trata de países con altos estándares de calidad como lo es la Unión Europea.

Se debe tomar en cuenta que este constituye un documento de acompañamiento por lo tanto debe solicitarse máximo dos días antes del despacho de la mercancía para que se tenga el tiempo necesario para realizar la inspección de mercancías.

4.8.4.3 Registro en Agro calidad

Esto se realiza mediante el registro en www.agrocalida.gob.ec para como usuarios solicitar el registro de operador como exportador

4.8.4.4 Inspección

Agro calidad mediante un auditor realiza la inspección del lugar detallado y este prepara un reporte el cual debe ser aprobado, con este se emite un certificado y un código de registro, los cuales avalan el registro como operador en agrocalidad el cual es reconocido internacionalmente

4.8.4.5 Declaración Aduanera

El propietario, consignatario, en su caso, personalmente o a través de un agente de aduana presentara en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías con destino al extranjero, en la que solicitara el régimen aduanero al que se someterán. En las exportaciones, la declaración se presentara en la aduana de salida, desde siete días antes hasta 15 días hábiles siguientes al ingreso de las mercaderías a zona primaria aduanera. En la exportación a consumo, la declaración comprenderá la autoliquidación de los impuestos correspondientes.

4.8.4.6 Documentos De Acompañamiento Exigibles

A la declaración aduanera se acompañaran los siguientes documentos:

- RUC de exportador
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte

DAU 15.- Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final

Aforo.- Aforo es el acto administrativo de determinación tributaria a cargo de la administración aduanera que consiste en la verificación física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercadería. DAU 40.- Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque. Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación. Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque. Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes. El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU. Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos: o DAU impresa. o Orden de Embarque impresa. o Factura(s) comercial(es) definitiva(s). o Documento(s) de Transporte. o Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique). o Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).

4.8.5 Requisitos para exportar a Alemania.

4.8.5.1 Salud y seguridad

La UE ha implementado altos niveles de protección para sus consumidores en los temas referentes a salubridad y seguridad. Por lo tanto, ha diseñado leyes e impuestos estándar que todo producto que quiera entrar en el mercado de la UE debe cumplir (tanto productos manufacturados como productos alimenticios).

A continuación, se brinda un panorama general sobre las leyes más importantes que deben cumplirse con respecto a la salubridad y la seguridad, que todo exportador o empresario PYME que desee serlo, debe conocer. ∞ Productos manufacturados: marca CE Muchos de los productos manufacturados y colocados en el Mercado Único de la UE deben presentar una marca de conformidad. Las siglas CE (Conformidad Europea)

indican que un producto cumple con la normativa legal de la UE e impuesta al fabricante con respecto a los requerimientos de seguridad, salubridad y medioambiente. La marca CE es parte de un conjunto de regulaciones que tienen como objetivo crear un mercado único, en el cual los productos puedan circular libremente, sin restricciones, y, paralelamente, garantizar la seguridad y conformidad de dichos productos con las directrices a nivel de la UE. El sistema armonizado de seguridad tiene tres componentes:

1. Requisitos esenciales obligatorios: las directivas de la UE contienen requisitos de seguridad, salubridad y otros requisitos de comportamiento aplicables a los productos. Esta legislación armonizada y aplicable a productos se limita a establecer “requisitos esenciales”. Estos son los requisitos mínimos que deben cumplir los productos. Las especificaciones técnicas detalladas para cumplir con estos requisitos se dejan a criterio de los fabricantes o de los exportadores, a entidades cuyo fin es establecer estándares y a entidades auditoras designadas por los gobiernos. De esta forma, se garantiza la seguridad a nivel de la UE, mientras que se mantiene un nivel de flexibilidad.

2.-Procedimientos de evaluación de conformidad: también se han diseñado procesos para evaluar si un producto cumple con los requisitos y estándares. El procedimiento específico a seguir por un fabricante o exportador puede variar y dependerá del nivel de riesgo asociado al producto.

3 Mercado CE: el marcado CE fijado a un producto es la declaración de una persona responsable (el fabricante o exportador) de que el producto cumple con todas las disposiciones aplicables por la UE y que los procedimientos de evaluación han sido cumplidos. La marca CE es obligatoria para un amplio rango de productos manufacturados específicos y para productos que pueden presentar ciertos riesgos específicos. Para los siguientes productos, la marca CE es obligatoria si están relacionados con:

- a) Un producto nuevo, independientemente de si es fabricado en la UE o en terceros países.
- b) Un producto usado o de segunda mano que se importe a la UE desde terceros países.

c) Un producto sustancialmente modificado que debe cumplir con las directivas como nuevo producto.

d) La siguiente tabla brinda un panorama general de los grupos de productos para los cuales es requisito, en circunstancias especiales, fijar el marcado CE (se especifican en las Directivas mencionadas).

4.8.5.2 Medidas sanitarias y fitosanitarias

Para proteger la salud y la vida humana, animal y vegetal, se han diseñado medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF, conocidas por sus siglas en inglés SPS - Sanitary and Phyto-Sanitary). La UE es conocida por tener altas exigencias en los estándares de MSF para asegurar la salud y la seguridad de sus ciudadanos. Las MSF se dan en dos niveles básicos:

- Legislación horizontal: común a todos los productos alimenticios y que cubren aspectos sobre aditivos, higiene y etiquetado.
- Legislación vertical: previsiones para grupos de productos específicos, por ejemplo, productos cárnicos, lácteos o mariscos. La mayor parte de la legislación relativa a productos alimenticios ya ha sido armonizada a nivel de toda la UE (alrededor del 90%). Aun así, algunos Estados Miembros pueden todavía aplicar legislaciones propias en ciertos aspectos aún no regulados a nivel de la UE. Puede obtenerse más información a través de las autoridades de los Estados Miembros o en guías específicas por producto o según el país al cual usted exporte

Para garantizar un alto nivel de seguridad y, paralelamente, evitar que las MSF se conviertan en barreras innecesarias para el comercio internacional, el Acuerdo MSF de la Organización Mundial del Comercio regula el régimen de MSF a nivel internacional.

4.8.5.3 Panorama general de la ley de alimentos de la Unión Europea.

Todos los productos alimenticios que sean importados por la UE deben reunir ciertos requisitos legales definidos en la Ley de Alimentos de la UE. La Regulación

EC/178/2002 establece los principios generales y los requisitos del régimen legal de alimentos de la UE establecido por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA).

Adicionalmente, se adoptaron nuevas reglas de salubridad en el 2004. Como tercer nivel de requerimientos, existen varios requisitos aplicables a ciertos productos y a la inocuidad alimenticia. El objetivo general de la ley alimentaria es el de alcanzar altos niveles de protección a la vida humana, la salubridad y la protección de los intereses del consumidor, inclusive de prácticas justas en el comercio de alimentos, considerando también la protección de la salud y el bienestar animal, vegetal y del medioambiente. Para alcanzar este objetivo, la ley alimentaria de la UE aplica los principios del análisis de riesgo y de trazabilidad a través de toda la cadena productiva.

Trazabilidad: se define como “la habilidad para rastrear y seguir un producto alimenticio, el animal productor o su alimento a través de todas las etapas de la producción, procesamiento y distribución”. La ley alimentaria de la UE hace fuerte hincapié en los procesos de control a través de toda la cadena alimentaria: “De la finca a la mesa”. La ley general de alimentos de la UE es, fundamentalmente, un sistema de manejo de la calidad y apoya el flujo de información, exigiendo a sus operadores la capacidad de identificar a cualquiera de sus proveedores, a través de todas las etapas de producción. “El análisis de riesgos” es un principio fundamental de la ley de alimentos de la UE y se basa en tres componentes básicos: evaluación del riesgo, manejo de riesgos y comunicación sobre el riesgo.

Los procedimientos para el análisis del riesgo que se encuentran en la ley de alimentos de la Unión Europea se basan en los principios internacionales de Análisis de Peligros y Puntos Críticos (APPC o HACCP, por sus siglas en inglés), como se establece en el Principio General de Salubridad de los Alimentos del Codex Alimentarius (FAO y Organización Mundial de la Salud,) HACCP es un sistema con base científica de producción e inspección para asegurar la inocuidad alimentaria.

El sistema HACCP aplica a toda la industria de alimentos en la UE, en toda la cadena de valor. Contar con un sistema de manejo basado en el análisis HACCP es un requisito legal para los procesadores de alimentos y altamente recomendable para los productores

(primarios). Las empresas pueden buscar la asistencia de organizaciones acreditadas para implementar un sistema HACCP y certificarse bajo este requisito

4.8.5.4 Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal

Las importaciones de los productos alimenticios de origen no animal en la Unión Europea (UE) debe cumplir con las condiciones generales y las disposiciones específicas destinadas a prevenir los riesgos para la salud pública y proteger los intereses de los consumidores. Por lo tanto, las normas generales aplicables a estos productos son las siguientes:

1. Principios y requisitos generales de la legislación alimentaria establecidos en el Reglamento (CE) n ° 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-31 01/02/2002) (CELEX 32002R0178);

2. Generales alimenticios normas de higiene de acuerdo con el Reglamento (CE) n ° 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-139 30/04/2004) (CELEX 32004R0852);

3. Condiciones generales relativas a los contaminantes en los alimentos

4. Disposiciones especiales sobre cultivos genéticamente modificados (GM) y los nuevos alimentos, del Reglamento (CE) n ° 1829/2003 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-268 18/10/2003) (CELEX 32003R1829) y el Reglamento (CE) n 258/97 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-43 14/02/1997) (CELEX 31997R0258);

5. Condiciones generales de preparación de los alimentos; 6. El control oficial de los productos alimenticios; Cuando un problema de higiene que pueda suponer un riesgo grave para la salud humana surge o se extiende en el territorio de un tercer país, las autoridades europeas podrán suspender las importaciones procedentes de la totalidad o parte del país tercero en cuestión o provisionales tomar medidas de protección con respecto a los productos alimenticios en cuestión, en función de la gravedad de la situación.

4.8.6 Otros requisitos sanitarios.

Se podrán aplicar requisitos adicionales de otro grupo de alimentos en relación con: contaminantes; el uso de aditivos alimenticios; irradiación de alimentos; radioactividad; sustancias alimenticias congeladas; productos alimenticios con propósitos alimenticios específicos; y organismos genéticamente modificados (GMO s).

4.8.6.1 Requisitos de sanidad vegetal:

Es poco probable que los productos compuestos sean sujetos a requisitos de sanidad vegetal, al menos que el producto sea categorizado bajo la definición de plantas o productos vegetales.

4.8.6.2 Etiquetado y embalaje de productos

Tanto para productos alimenticios como para productos no alimenticios, existen requisitos de etiquetado y embalaje en la UE. La mayoría de los requisitos de etiquetado obligatorios afectan a los productos alimenticios.

El objetivo de los requisitos para el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios es garantizar no sólo la salud del consumidor si no que éste disponga de información completa sobre el contenido y la composición del producto. Los requisitos generales con respecto al etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios están regulados en la Directiva 200/13/CE

Resumen de los requisitos generales para el etiquetado de productos alimenticios:

- Nombre bajo el cual se vende el producto alimenticio.
- Lista de ingredientes, por orden descendente de peso (existen algunas derogaciones).
- Cantidad de ciertos ingredientes o categorías de ingredientes.

Cantidad neta de pre-envase de los productos alimenticios, expresada en unidades métricas (litro, centilitro, mililitro, kilogramo o gramo).

- Fecha máxima de duración bajo un formato específico.

- Condiciones de almacenaje o de uso. Los contenidos de la etiqueta deben estar en alemán.

El cumplimiento con los requisitos del etiquetado y la exactitud de la información contenidas en la etiqueta puede verificarse en cualquier fase de la cadena de la distribución.

4.8.6.3 Impuestos

En cuanto se refiere a los gravámenes o impuestos en Alemania todo lo que tiene que ver con los impuestos, incluyendo los procedimientos involucrados y todas las modificaciones, se encuentran en el Código Fiscal.

Entre los principales impuestos están: el IVA (Impuesto al Valor Agregado),

Impuesto a la Renta, Impuesto sobre salarios, impuesto sobre las inversiones.

a) El impuesto al valor agregado en Alemania.

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un impuesto indirecto sobre los bienes y servicios que es asumido por el consumidor final y se aplica al valor agregado en cada etapa de la cadena de suministro. En Alemania, este impuesto se llama Umsatzsteuer (impuesto a los ingresos).

La Unión Europea (UE) la legislación sobre el IVA ha sido transpuesta en Alemania por la Umsatzsteuergesetz - UStG (Ley de Facturación Impuestos de 2 de marzo de 2005, BGBl I 2005, 386) y su reglamento de aplicación previsto en el Umsatzsteuer-Durchführungsverordnung - UStDV (impuesto sobre el volumen de aplicación Ordenanza de 2 de marzo de 2005, BGBl I 2005, 434)

4.8.6.4 Tipos de IVA

La tarifa estándar (19%)

Esta tasa se aplica a todos los productos que no están sujetos a tipos reducidos o exenciones

Tarifa reducida (7%)

Aplicable a determinados bienes, tales como:

- Animales vivos
- Ciertos productos animales no comestibles
- Forrajes
- Agua
- Fertilizantes
- Madera
- Libros, periódicos y otros materiales impresos
- Ayudas para minusválidos
- Obras de arte y objetos de colección

En tanto lo que quiere decir que para la panela granulada el IVA aplicable es del 7%

4.8.6.5 Preferencias arancelarias Unión Europea-Ecuador

España es parte de la Unión Europea siendo el principal destino de las exportaciones ecuatorianas en cuanto a los productos no petroleros dando mayor preferencia mediante la adhesión del Ecuador del acuerdo comercial multi partes junto a Perú y Colombia por parte del Parlamento Europeo celebrado el 29 de noviembre del 2015. En este sentido, las condiciones establecidas en dicho mecanismo asegurarán que las exportaciones ecuatorianas puedan mantener su liderazgo y perspectivas de crecimiento en el mercado europeo.

Por otra parte el Ecuador beneficia del Sistema de Preferencias Arancelarias denominado SGP plus (SGP+) que la UE concede de manera unilateral, para el liderazgo de 6.500 productos en los cuales encuentra productos de acuicultura.

También está tratando un Acuerdo comercial a largo plazo entre Ecuador y la Unión Europea que retomara en el año 2016 siendo beneficiado por parte de Ecuador porque es un mercado significativo para pequeñas y medianas empresas exportando alrededor del 30% de sus productos al mercado Europeo.

Las preferencias arancelarias del SGP Plus las otorga la UE para incentivar el desarrollo sostenible, la protección de los derechos humanos, la protección ambiental, la lucha contra las drogas ilícitas y el buen gobierno.

Para ser beneficiario de este mecanismo, el país no debe haber registrado el ingreso perca pita clasificado como “ingreso medios altos”, según la clasificación del Banco Mundial, durante tres años consecutivos.

Principales productos beneficiados con arancel cero:

- Flores, frutas tropicales, plátano, hortaliza mandarinas, cebollas, coles, coliflores y ensalada de verduras.
- Atún y en general productos de la pesca.
- Extractos de café, café descafeinado, tostado y molido, aceite de palma, aceite, cacao, jugos de frutas.
- Cueros y pieles (liberalizados), bolsos de mano, calzado.
- Textiles, confecciones, lencería, ropa interior, terciopelo, medias pantalón.
- Polímeros, polipropileno, vidrio templado, herbicidas, peces ornamentales, alimentos para perros y gatos.

4.8.6.6. Aduanas

a) Régimen aduanero

La exportación se realizará bajo el régimen de exportación definitiva una vez cumplida con todos los requerimientos de las normas tanto del Ecuador como de Hamburgo, para

cumplir con este requerimiento la mercancía será objeto de una Declaración Aduanera de Exportación efectuada por el SENA E.

b) Términos de comercio para exportar –FOB.

Para este proyecto como la mayoría de las exportaciones ecuatorianas hacia Alemania el INCOTERM a emplearse es el término FOB, este INCOTERM pertenece al grupo F entrega indirecta sin pago del transporte principal.

En sus siglas en inglés Free on Board (franco a bordo) puerto de carga convenido donde la empresa entregará las mercancías sobre el buque apoyando al comprador en contratar el transporte por transitorio por un consignatario, pero el costo de transporte internacional lo asume el importador de Alemania -Hamburgo.

Obligaciones de la empresa

1. Entregar la mercancía al bordo del buque en el puerto de embarque
2. Efectuar el despacho de exportación de la mercancía

Obligaciones del comprador

1. Designar y reservar el buque
2. Correr con los gastos y riesgos inherentes a la mercancía desde que traspasa la borda del buque.

4.8.7 LOGÍSTICA

4.8.7.1 Logística de salida.

a) Fase de pre embarque

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema de ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los principales datos que se consignaran en la DAE son:

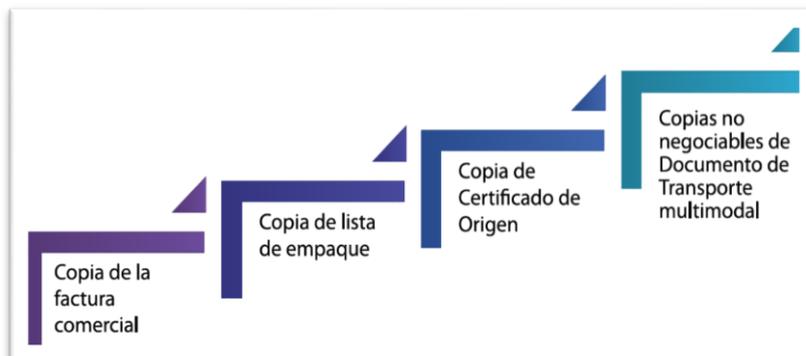
- Del exportador o declarante.
- Descripción de mercancía por ítem de factura.
- Datos del consignatario.
- Destino de la carga
- Cantidades.
- Peso.
- Demás datos relativos a la mercancía.

a) Fase de post-embarque

Regularizar Declaraciones Aduanas de Exportaciones: Finalmente, usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENA E y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40).

Una vez que se realiza este registro la DAE obtiene la marca regularizada. Para poder contemplar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos:

Gráfico N. 15 Post embarque.



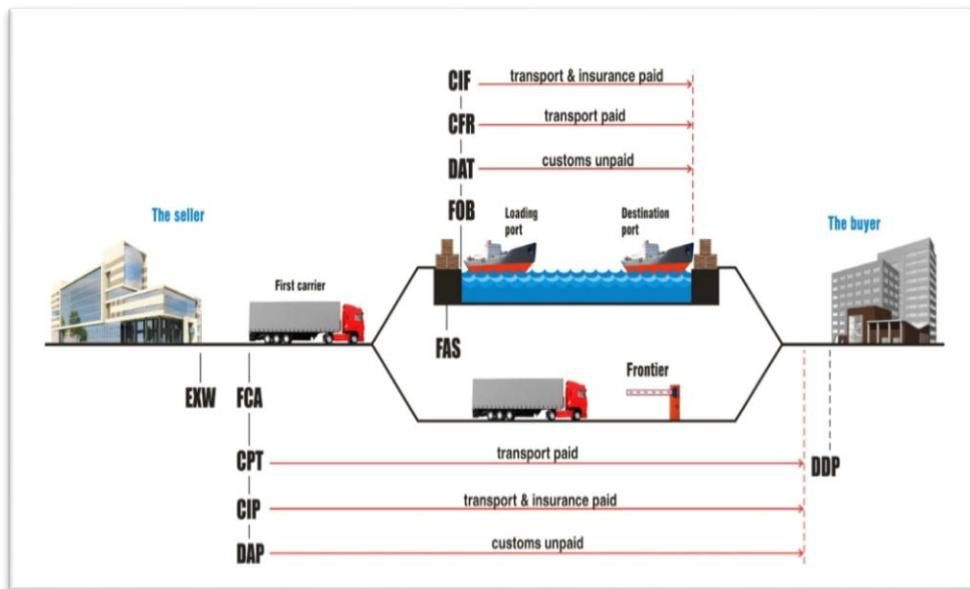
Fuente: Guía del Exportador PRO ECUADOR

Elaborado Por: Gladys Curicama y Rosa Rodríguez.

4.8.7.2 Logística de la exportación.

Este es uno de los factores más importantes que se deben determinar cuándo se va a iniciar con un proceso de exportación, puesto que de esto dependerá el grado de responsabilidad, tanto del importador como del exportador, en el caso del presente producto y tomando en consideración las negociaciones previas realizadas entre las empresas involucradas se ha escogido el siguiente:

Gráfico N. 16 Logística de exportación para panela granulada.

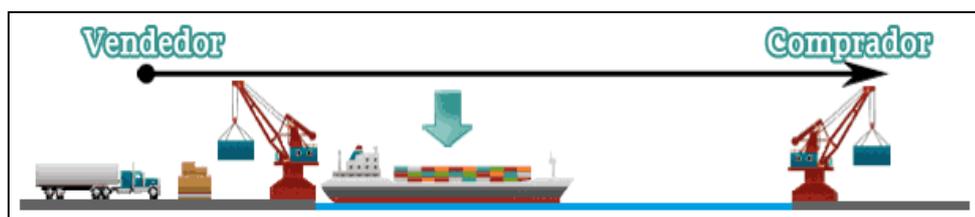


Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: Gladys Curicama y Rosa Rodríguez

Los términos de negociación que se llevarán a cabo para la exportación de moringa a los Estados Unidos serán CFR, en el cual el vendedor pagará los gastos y el flete necesarios hasta que la mercadería llegue al puerto de destino, pero se debe tomar en consideración que aunque el exportador debe encargarse de la logística necesaria para que todo llegue a su destino su responsabilidad sobre la mercadería llega hasta el momento del embarque del punto de partida. (Aduanas, 2015)

Gráfico N. 17 Costo y Flete - Cost and freight CFR.



Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: Gladys Curicama y Rosa Rodríguez.

4.8.7.3 Logística, transporte y gastos exigidos

Ecuador posee una infraestructura de transporte en óptimas condiciones considerando el transporte por carretera como el principal medio utilizado en el país y existen muchas empresas de carga que cubren todo el territorio para cargas en magnitudes hasta el puerto marítimo.

Para cubrir el transporte interno desde la Unidad de Producción de la asociación de mujeres productivas de la panela granulada- Suncamal hasta el Puerto Marítimo de Guayaquil se utilizará el transporte alquilado con capacidad de carga de un contenedor de 20", adecuado para la transportación de productos empaquetado.

El sistema portuario del Ecuador compuesto por siete puertos estatales y diez muelles privados especializados en carga general, considerando así para el proyecto el puerto de Guayaquil como el principal para el Comercio Exterior que representa el 70% para viajes internacionales con una infraestructura adecuada y con todos los servicios requeridos por las naves y las mercancías de carga seca o refrigerada a través de operadores privados de alta especialización que, bajo la supervisión de la Autoridad Portuaria, actúa en libre competencia para satisfacer los requerimientos de los usuarios, logrando alta eficiencia y reducción de costos; sin embargo cuando la infraestructura esté terminado por completo también se considerará el Puerto de Manta.

El puerto de Hamburgo es un importante lugar de conexión comercial marítima que se encuentra en la ciudad de Hamburgo, a orillas del río Elba; tiene una ubicación privilegiada, por lo que es llamado La puerta de Alemania al mundo, y es uno de los puertos más grandes no sólo del país, sino de todo el mundo.

Es un importante puerto que fue creado casi a la par con la ciudad de Hamburgo, en el año 1189 y que ha sido de gran importancia a lo largo de la historia; destaca por su infraestructura y la facilidad que brinda, permitiendo hacer trasbordos, así como ingresos y salidas de mercancía.

Para el proyecto conviene tomar en cuenta el Puerto marítimo de Valencia que está bajo la administración VANDIAPORT que es considerado como el puerto comercial líder del Mediterráneo occidental en términos de mercancías por contenedores de cualquier tipo de carga.

4.8.7.4 Servicios navieros

Desde el puerto de Guayaquil varias operadoras ofrecen el servicio de flete marítimo, el tiempo de tránsito para arribar a Hamburgo es alrededor de 26 días, cuyo costo de flete internacional para un contenedor refrigerado de 40" bordea alrededor de USD 6500 sujeto a negociaciones y especificaciones mientras que un contenedor del 20" estaría bordeando alrededor de USD 2.300 dólares

Gráfico N. 18 Logística y transporte

<p>PRODUCCIÓN</p> 	<p>EMPRESA EXPORTADORA</p> 
<p>TRANSPORTE</p> 	<p>PUERTO MARITIMO GUAYAQUIL</p> 
<p>TRANSPORTE NAVIERO</p> 	<p>PUERTO MARITIMO HAMBURGO</p> 

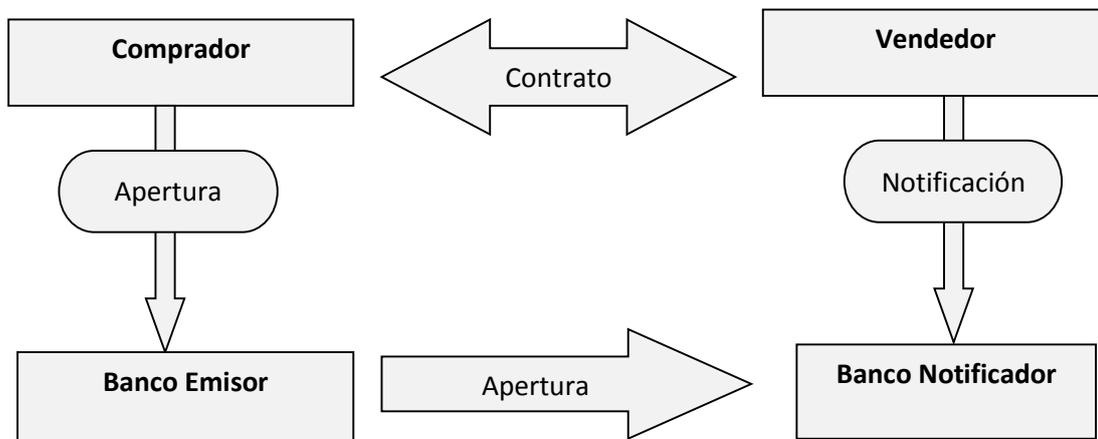
Fuente: PROECUADOR, Perfil logístico

Elaborado por: Gladys Curicama y Rosa Rodríguez.

4.8.8 Medios de pago

Es la forma de pago más segura y recomendable para el nuevo exportador como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Gráfico 18: Medio de Pago



Fuente: PRO-ECUADOR. Guía del Exportador

Elaborado por: Gladys Curicama y Rosa Rodríguez.

El medio de pago factible para este proyecto es la Carta de Crédito o Crédito Documentario que es considerado como uno de los medios de Pago o Cobro más privilegiado para operaciones internacionales de mercancías, no solo por la seguridad que ofrece, sino porque mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes que interviene en la compra-venta internacional.

La Carta de Crédito, constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. Estas garantías amplían según las cartas de crédito sean irrevocables o confirmadas. Este método de pago se considera de bajo riesgo porque el banco expedidor tiene la obligación legal de pagar, siempre y cuando se presenten todos los pagos requeridos y todos los términos estipulados en el contrato.

4.9 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero demuestra las inversiones, costos y gastos requeridos para iniciar con el plan de exportación de mermelada de guayaba, así como también se proyecta los estados contables para realizar la evaluación financiera y determinar si el proyecto es o no factible y cumple con las expectativas visionarías de los inversores.

4.9.1 INVERSIONES DEL PROYECTO

Como se mencionó en el párrafo anterior, las inversiones del proyecto estarán ligadas directamente al tamaño del mismo, para determinarlas hay que sumar los activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

4.9.1.1 Muebles y Enseres

Este rubro comprende los muebles y enseres requeridos para la operación de las diferentes áreas de la empresa

Tabla N. 27 Muebles y Enseres – Activos tangibles

Muebles Y Enseres			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio con cajonera	2	200	400
Loquers	1	40	40
Pizarrón Blanco	1	20	20
Total			460
Imprevistos 3%			13,8
Total			473,8

Fuente: Realizado por propias autoras

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.1.2 Terreno

La ubicación del terreno es en el Recinto Suncamal (Cumanda-Chimborazo), donde estarán ubicadas la Planta de producción y las oficinas.

Tabla N. 28 Terreno

Descripción	cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Terreno m2	1800	13,89	25000
Subtotal			25000
Imprevistos 3%			750
Total			25750

Fuente: Realizado por propias autoras

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.1.3 Edificaciones

En esta parte se detalla los metros cuadrados de cada área, con las especificaciones correspondiente ya sea de administración,, bodega, almacenaje, vestidores, baños para que ambiente laboral sea optimo

Tabla N. 29 Edificaciones

Descripción	cantidad	Valor total
Área de Producción	400 m2	
Bodega 1	150 m2	
Patio de estibación	190 m2	
Área administrativa	320 m2	
Acceso	150 m2	
Baños y Vestidores	100 m2	
Cocina Y comedor	130 m2	
Área de Parqueo	200 m2	
Área de producción agua ardiente	250 m2	
bodega 2	110 m2	
SUBTOTAL		55280,21
Imprevistos 3%		1709,69
TOTAL		56989,90

Fuente: Archivos Contabilidad- Asociación

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.1.4 Equipos de oficina

Los equipos que se indican a continuación servirán para realizar gestiones administrativas en la oficina y bodega.

Tabla N. 30 Equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora Casio	2	15	30
suministro de oficina(papel Bond, lapiceros)	4	10	40
Perforadora	3	4,5	13,5
Sumadora	2	22	44
Subtotal			127,5
Imprevistos 3%			2,63
Total			257,63

Fuente: Archivos Contabilidad- Asociación

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.1.5 Equipo De Cómputo

Los equipos de cómputo son un requisito indispensables en la parte administrativa ya que la tecnología es una parte esencial para que las operaciones se lleven a cabo y así cumplir a cabalidad todos los requerimientos del mercado

Tabla N. 31 Equipo De Cómputo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora	1	550	550
Impresora	1	60	60
accesorios	1	40	40
Subtotal			650
Imprevistos 3%			16,5
Total			666,5

Fuente: Archivos Contabilidad- Asociación

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.1.6 Maquinaria Y Equipo

Cada uno de los equipos y maquinaria adquiridos van a permitir optimizar los recursos en el proceso de pesado, empaque, enfundado, y traslado del producto.

Detallamos toda la maquinaria y equipos disponibles para el proyecto

Tabla N. 32 Maquinaria Y Equipo

Descripción	cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Trapiche	1	13998	13998
Alambique	1	17078.60	17078.56
Motor TWINDISC	1	5000	5000
Batería ECUADOR	1	80	80
Pre limpiadora(300 litros)	1	150	150
Banda Tracción	1	100	100
equipo empaque	1	1821	1821
Equipo de Molienda	1	54	54
Subtotal			77081,74
Imprevistos			2383,97
Total			79465,53

Fuente: Archivos Contabilidad- Asociación

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.1.6 Activo tangible

Para el desglose de las inversiones fijas se tomara en cuenta los activos fijos que posee la empresa, estos se clasifican en edificios, maquinarias, muebles de oficina, equipo de oficina, equipos de cómputo, es decir todo las inversiones tangibles

Tabla N. 35 Inversiones del proyecto – Activos tangibles.

ACTIVOS TANGIBLES	
Muebles y Enseres	473,8
Terreno	25750
Edificio	56989,9
equipos de Oficina	257,63
Equipo de computaciones	666,5
Maquinaria Y Equipo	79465,53
Total	163,603.36

Fuente: Realizado por propias autoras

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.1.7 Depreciación

Tabla N. 33 Depreciación y Mantenimiento

Costo de producción	Depreciación	Mantenimiento	Depreciación	Mantenimiento
	Porcentaje		Usd	
Terreno	0,00%	0,00%	0	0
Edificio	20	0,00%	2849,5	
Equipos de Oficina	5	0,00%	12,88	0
Equipo de computaciones	5	0,00%	33,33	0
Maquinaria y Equipo	10	2%	7946,55	1589,31
Muebles y Enseres	10	0,00%	47,38	
Total			10889,64	1589,31

Fuente: Archivos Contabilidad- Asociación

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.2.0 Activos intangibles

Las inversiones intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, son todos los activos que no se los puede ver pero si se los puede valorar estos activos son sujetos a amortizaciones por lo tanto sufren un cambio en los valores contables los principales activos intangibles son

4.9.2.1 Gastos de constitución

son todos los gastos que implican en la constitución de la empresa , los diseños de los sistemas y procedimientos, patentes y marcas constituyen una protección a quienes realizan el proyecto y su duración es determinada y comienza en el momento de la inscripción , derechos legales, tecnología que se concede a una persona natural o jurídica por un tiempo determinado

Tabla N. 34 Gastos de Constitución

Detalle	Valor
Gastos de Constitución	\$900,00
Patentes y Marcas	\$600,00
Total	\$1500,00

Fuente: Archivos Contabilidad- Asociación

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.2.2 Capital de trabajo

Refiere a todos los recursos necesarios que son necesarios en forma de activos corrientes, para la puesta en marcha del proyecto, hasta que los ingresos que se generen por el propio proyecto para cubrir los gastos de operación, durante todo el ciclo productivo, para la capacidad y tamaño de producción en este caso el capital de trabajo será financiado por CODESPA con una inyección económica

Tabla N. 35 Capital de Trabajo

Detalle	Valor
Inversión CODESPA	\$12,000
Capital Propio	\$5,000
Total	\$17,000

Fuente: Archivos Contabilidad- Asociación

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.2.3 Costo de ventas

Los costos de venta se refieren a aquellos desembolsos que se realizan para la producción de panela granulada al igual que el costo de los envases, etiquetas, cartones para su almacenamiento.

Tabla N. 36 Costo de Venta

Detalle	Total en TM	costo Unitario	Costo Ventas Mensuales	Costo de Ventas Anual
Caña de Azúcar		0,45	6750	81000
Total materia prima		0,25	3750	45000
Fundas polipropileno		0,07	1050	12600
caja de 20 Unidades		0,08	1200	14400
Etiquetas Y marcas		0,01	150	1800
Total	15000	0,86	12900	154800

Fuente: Archivos Contabilidad- Asociación

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.2.4 Gastos de Administración

Son todos aquellos gastos que se realizan para el mantenimiento de la empresa y los sueldos y salarios de quienes laboran en el mismo

Tabla N. 37 Gastos de Administración

Gastos de Administración	Valor Mensual	Valor anual
Gerente	898,54	10,782.24
Contador	449,27	5.391,24
Limpiador 1	200	2.400,00
Limpiador 2	200	2.400,00
Mantenimiento de la planta		
Servicios Básicos	150	1.800,00
Total	1897,81	11991,24

Fuente: Archivos Contabilidad- Asociación

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.9.2.5 GASTOS DE VENTA DE EXPORTACION

Los gastos de exportación son todos los rubros necesarios para poder exportar y trasladar el producto al puerto, además del salario del operado

FIJACION DE PRECIO DE EXPORTACION

Tabla N. 38 Determinación del Precio FOB

Descripción	cantidad	costo Unitario	costo total
Costo De Producción por caja	1500	17,20	25800
Costo De Embalaje		0,08	120,00
EXWORKS			25920
Transporte Interno Por Caja		0,23	157,00
Trámites aduaneros Por Caja		0,02	40,00
Documentos para la exportación		0,42	315,00
Estiba \$0,01 Por Kl		0,20	150,00
FAS			26581
Agencia de Carga		0,21	157,50
Documentos de Embarque		0,21	157,50
Agente Aduanero			200,00
FOB			27096,00
Margen de Ganancia 45%			12193.20
Precio de Mercadería en Hamburgo			39289.20

Fuente: Dataexport

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

$39289.20 / 1500 = 26.19$ Precio por caja

$26.19 / 20 = 1,30$ Precio por Unidad

4.10 Total De La Inversión

Tabla N. 39 Cuadro Resumen de Inversión

Total Inversión				
Cuenta	Cantidad	Parcial	Subtotal	Total
Inversión fija ò Tangible				\$ 163.603,36
Muebles y Enseres			\$ 473,80	
Terreno			\$ 25.750,00	
Edificio			\$ 56.989,90	
equipos de Oficina			\$ 257,63	
Equipo de computaciones			\$ 666,50	
Maquinaria Y Equipo			\$ 79.465,53	
Inversión Intangible				\$ 1.500,00
Gastos de Constitución		\$900,00		
Patentes y Marcas		\$600,00		
Capital propio				\$ 5.000,00
Fundación CODESPA				\$ 12.000,00
TOTAL INVERSION				\$ 182.106,36

Fuente: Archivos Contabilidad- Asociación

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.10.1 COSTOS Y GASTOS ANUALES

A continuación se mostrara todos aquellos costos y gastos que se generan de manera anual, para poder realizar los estados tanto de resultado, como flujos de efectivo y el cálculo del punto de equilibrio.

Tabla N. 40: Costos y Gastos Anuales

Costos de Gastos Anuales		
Cuenta	Fijo	Variable
Costo de venta		154800
Gastos Administrativos	\$11991,24	
Gastos de Ventas	\$27096,00	
Subtotal		
TOTAL		\$193887,24

Fuente: Realizado por propias autoras

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

Los rubros determinados se los utilizara para la realización de los estados tanto de resultados como los de flujo de efectivo

4.10.2 Calculo de los Ingresos

La asociación de mujeres productoras “ BIOCANA” tiene la capacidad de producir 30000 unidades es decir 360000, unidades,180 TM al año que servirán para la exportación, el precio de venta es de \$ 1.30 en términos FOB, Y 0,86 en términos EXWORKS además con el paso del año se estima un crecimiento 1.5% en la producción total que se tomaran para el cálculo de los ingresos y egresos

Ventas Anuales 360000 x 1, 30 = 468000 en dólares

Para la proyección de los ingresos se utiliza el método del monto o crecimiento poblacional, a continuación se encuentra la fórmula:

$$Vf = Va(1 + r)^n$$

Dónde:

Vf = valor futuro

Va = valor actual

r = tasa de proyección

n = tiempo

Tabla N. 41 Ingresos proyectados

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	468000	475020	482145.30	439877.47	49718.14	511731.44

Fuente: Proyecciones

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.10.3 ESTADOS FINANCIEROS

4.10.3.1 Balance General

Tabla N. 42 Balance General

ASOCIACION DE MUJERES PRODUCTIVAS DE PANELA GRANULADA "BIOCAÑA" SUNCAMAL						
BALANCE GENERAL						
AÑO 2016						
ACTIVO CORRIENTE		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja y Bancos	17.000	17513,83	17776,53	18043,8	18313,83	18588,54
Inventario de Materia Prima	23.000	23000	23000	23000	23000	23000
Total Activos Corrientes	40.000	40513,83	40776,53	41043,8	41313,83	41588,54
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Terreno	25750	25750	25750	25750	25750	25750
Edificio	56989,9	57844,75	58712,42	59593,11	60487	61394,31
Depreciación de Edificio	-2849,5	-2892,24	-2935,63	-2979,66	-3024,36	-3069,72
Maquinaria y Equipo	79465,53	80657,51	81867,38	83095,39	84341,82	85606,94
Depreciación de Maquinaria y Equipo	-7946,55	-8065,75	-8186,73	-8309,54	-8434,18	-8560,69
Equipos de Oficina	257,63	261,49	265,42	269,4	273,44	2277,54
depreciación de equipos de oficina	-12,88	-13,07	-13,27	-13,47	-13,67	-13,87
Equipo de computaciones	666,5	676,51	686,64	696,94	707,4	718
Depreciación de equipos de computación	-33,33	-33,83	-34,34	-34,85	-35,37	-35,91
Muebles y Enseres	473,8	473,8	473,8	473,8	473,8	473,8

Depreciación Muebles y Enseres	-47,38	-48,09	-48,71	-49,54	-50,28	-51,04
TOTAL ACTIVOS FIJOS	174493	176717,04	178974,34	181265,7	183591,32	187951,82
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gasto de Constitución	900	900	900	900	900	900
Patentes y Marcas	600	600	600	600	600	600
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	1500	1500	1500	1500	1500	1500
TOTAL ACTIVOS	175993	178217,04	180474,34	182765,7	185091,32	189451,82
PASIVO CORRIENTE						
Proveedores	1600	1600	1600	1600	1600	1600
Cuenta por pagar	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100
PASIVO NO CORRIENTE						
Obligaciones tributarias	702,73	702,73	702,73	702,73	702,73	702,73
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	3402,73	3402,73	3402,73	3402,73	3402,73	3402,73
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL PAGADO	172590,27	174814,31	177071,61	179362,97	181688,59	186049,09
Reservas	176695,73	178919,77	181177,07	183468,43	185794,05	190154,55
TOTAL PATRIMONIO	205103,36	194727,56	194661,12	194760,11	194858,32	194784,71

Fuente: Tabla 42

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.10.3.2 Estado de Resultado

Tabla N. 43 Estados De Resultados

ASOCIACION DE MUJERES PRODUCTIVAS DE PANELA GRANULADA "BIOCAÑA" SUNCAMAL						
ESTADO DE RESULTADO						
Cuenta		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	468000	475.020	482145,3	489377,47	496718,14	504168,91
Costo de Ventas	193887,24	194212,44	195632,66	196374,02	198598,15	199527,13
Utilidad Bruta	158400	160776	163187,64	165635,45	168119,99	170641,78
(-) Gastos de Administración	11991,24	12171,11	12353,67	12538,98	12727,07	12917,97
(-) Gasto de Ventas	27096	28737,00	29564,29	30782,76	31004,49	32229,56
Utilidad Neta	132271,76	134255,83	136269,68	138313,71	140388,43	142494,25
(-) 15% Part Trabajadores	19840,76	20138,37	20440,45	20747,06	21058,26	21374,14
Utilidad a impuesto a la renta	112431,00	114117,46	115829,23	117566,65	119330,17	121120,11
(-) 22% Impuesto a la renta	24734,82	25105,84	25482,43	25864,66	26252,64	26646,42
Utilidad Neta	87696,18	89011,62	90346,80	91701,99	93077,53	94473,69

Fuente: proyección de los ingresos tabla 44, tabla 41

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.10.3.3 Flujo de ventas

Tabla N. 44 Flujo De Ventas

ASOCIACION DE MUJERES PRODUCTIVAS DE PANELA GRANULADA "BIOCAÑA" SUNCAMAL							
FLUJO DE VENTAS							
Cuenta		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ventas		468000	475.020	482145,3	489377,47	496718,14	504168,91
Costo de Ventas		193887,24	194212,44	195632,66	196374,02	198598,15	199527,13
Utilidad Bruta		158400	160776	163187,64	165635,45	168119,99	170641,78
(-) Gastos de Administración		11991,24	12171,11	12353,67	12538,98	12727,07	12917,97
(-) Gasto de Ventas		27096	28737,00	29564,29	30782,76	31004,49	32229,56
Utilidad Neta		132271,76	134255,83	136269,68	138313,71	140388,43	142494,25
(-) 15% Part Trabajadores		19840,76	20138,37	20440,45	20747,06	21058,26	21374,14
Utilidad a impuesto a la renta		112431,00	114117,46	115829,23	117566,65	119330,17	121120,11
(-) 22% Impuesto a la renta		24734,82	25105,84	25482,43	25864,66	26252,64	26646,42
Utilidad Neta		87696,18	89011,62	90346,80	91701,99	93077,53	94473,69
Inversión fija	163,603,36						
Inversión intangible	1500						
Capital de trabajo	17000						
Flujo	182106,36	87696,18	89011,62	90346,80	91701,99	93077,53	94473,69

Fuente: Proyección de los ingresos, tabla 41, 44

Elaborado por: Gladys Curicama, Rosa Rodríguez

4.10.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

Es el proceso mediante el cual una vez obtenida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto dando a conocer la conveniencia o no al inversor.

Para lo cual para el proyecto se ha considerado los siguientes indicadores:

Valor Actual Neto (VAN)

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Relación Beneficio/Costo (B / C)

4.10.4.1 Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual neto también conocido como el Valor Presente Neto es aquella que indica la viabilidad del proyecto basándose en las estimaciones de flujos de caja que prevé tener restando la inversión inicial.

Para el cálculo de este indicador de evaluación se considera una tasa de interés que debe ser fijado por la persona que evalúa el proyecto de inversión conjuntamente con los inversores o dueño de la empresa.

Para evaluar este proyecto para el Valor Actual Neto se ha considerado las tasas de interés Pasiva de los Bancos y tasa activa de Cooperativas de Ahorros y Créditos que por lo general la asociación y pequeños productores del recinto acuden para adquirir sus obligaciones financieras.

Tasa de interés Pasiva del Banco Nacional de Fomento es 6.50% a partir USD 40.000,00 dólares para inversiones mayores a 1 año.

Tasa de interés Activa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda, es de 19.90% para Microempresas, que considerado como pago por préstamos.

$$VAN1 = \sum \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_o$$

Dónde:

I_o: Inversión inicial

i: Constante

I: Tasa de Retorno

n: Número de Años

FN: Fondos Netos

4.10.4.2 Cálculo del Valor Actual Neto

$$VAN1 = \left[\frac{89011,62}{(1,0650)^1} + \frac{90346,80}{(1,0650)^2} + \frac{91701,99}{(1,0650)^3} + \frac{93077,53}{(1,0650)^4} + \frac{94473,69}{(1,0650)^5} \right] - 182103.36$$

$$VAN1 = [83578,99 + 79655,04 + 75765,91 + 72351,31 + 68954,54] - 182103.36$$

$$VAN1 = [380305,79] - 182103.36$$

$$VAN1 = \mathbf{198202,43}$$

VAN 2

$$VAN2 = \frac{89011,62}{(1,1990)^1} + \frac{90346,80}{(1,1990)^2} + \frac{91701,99}{(1,1990)^3} + \frac{93077,53}{(1,1990)^4} + \frac{94473,69}{(1,1990)^5} - 182303.36$$

$$VAN2 = [74238,22 + 62845,53 + 53201,17 + 45036,86 + 38125,45] - 182303.36$$

$$VAN2 = [273447,23] - 182103.36$$

$$VAN2 = 91343,87$$

El Valor Actual Neto de proyecto se dio como resultado de la suma de flujo de fondos netos convertidos en valor presente meno la inversión inicial del proyecto. Ya que el valor del VAN 1 y VAN 2 es positivo por lo tanto el proyecto es rentable

4.10.4. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de Retorno o de rentabilidad TIR, es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos de porcentajes. (Iturrioz, 2015)

Muestra al inversionista la tasa de interés máxima a la que debe contraer obligaciones financieras, evitando no poseer problemas financieros para el futuro en el proyecto.

Para el cálculo del TIR se considera la siguiente fórmula:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

Dónde:

i1: tasa de interés mínima la que me ofrece el Banco (6.50%) tasa pasiva

i2: Tasa de interés máxima (19.90%) tasa activa pago por préstamos y obligaciones financieras adquiridas.

VAN 1: Valor Actual Neto obtenido con i1.

VAN 2: Valor Actual Neto obtenido con i2.

Calculo de la Tasa Interna De Retorno

$$\text{TIR} = 0,0650 + (0,1990 - 0,0650) \left[\frac{198202,43}{198202,43 - 91343,87} \right]$$

$$\text{TIR} = 0,0650 + (0,13) \left[\frac{198202,43}{106858,56} \right]$$

$$\text{TIR} = 0,0650 + (0,13)[1,85]$$

$$\text{TIR} = 0,0650 + 0,24$$

$$\text{TIR} = 0,31$$

$$\text{TIR} = 0,31 * 100$$

$$\text{TIR} = 31\%$$

La Tasa Interna de Retorno del Proyecto a la que el inversionista debe analizar y determinar si va a invertir en el proyecto. El valor de la (TIR) del proyecto se dio como resultado 31% un valor mayor a cero y mayor a la tasa que ofertan las entidades financieras del país, lo que se puede decir que el proyecto es rentable.

4.11 Relación Beneficio/Costo (RB/C)

La Relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable. (Perez, 2013)

En las relación Beneficio/ Costo se puede determinar en términos cuantitativos el beneficio por cada dólar que se sacrifica en el proyecto, si la relación es mayor o igual a cero el proyecto será aceptable caso contrario será el proyecto tiende a rechazarse

La fórmula para el cálculo del RB/C es la siguiente:

$$\text{RB/C} = \left[\frac{\text{VN} + \text{VAN1}}{\text{C}} \right]$$

Dónde:

VN: Ventas Netas

VAN 1: Valor Actual Neto

C: Inversión

Calculo de la Relación Beneficio Costo

$$\frac{\text{RB}}{\text{C}} = \left[\frac{89011,62 + 198202,43}{182103,36} \right]$$

$$\text{RB/C} = \left[\frac{287214,05}{182103,36} \right]$$

$$\frac{\text{RB}}{\text{C}} = 1.58$$

Como se puede apreciar en el cálculo el Beneficio Costo es de 1.58 y 0,99 respectivamente dependiendo del Valor Actual Neto. Como resultados obtenidos es recomendable llevara a cabo el proyecto, dado que por cada dólar invertido se puede recuperar 0.58 centavos de dólar.

4.12 Periodo De Recuperación De La Inversión

El periodo de recuperación de la inversión determina exactamente el tiempo en que se recupera la inversión con los flujos de ventas proyectados

Tabla N.48 Periodo de Recuperación

Periodos	Inversión	Flujos	Flujos Acumulados
0	182106,36		
1		89011,62	271117,98
2		90346,8	361464,78
3		91701,99	453166,77
4		93077,53	546244,3
5		94473,69	640717,99

Fuente: Flujo ventas, Tabla 47

Elaborado Por: Gladys Curicama, Rosita Rodríguez

En el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se aplicará la siguiente fórmula:

Periodo de recuperación de la inversión = $a + ((b - c) / d)$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Periodo de Recuperación de la Inversión = $a + ((b - c) / d)$

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.	2
b = Inversión Inicial	\$182106,36
c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.	\$87696,18
d = Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión.	\$89011,62

Periodo de Recuperación de la Inversión = $2 + (\$182106,36 - 87696,18) / \$89011,62$

Periodo de Recuperación de la Inversión = 3.39136

Para el cálculo más exacto se transformará

Años	Meses
1	12
0,39136	4,7

El período de recuperación de la inversión es de 2 años 5 meses, y considerando que el plan se lo ha proyectado a 5 años, se puede decir que es un tiempo adecuado.

Tabla N. 49 Evaluación del proyecto

VAN 1	198202,43
TIR	31%
RB/C1	1,58
PRC	2 años, 5 meses

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Después de elaborar este proyecto de Asociatividad se ha hallado las siguientes conclusiones en base a los objetivos que se propuso en el mismo:

- En si la asociación de mujeres productoras de panela granulada BIOCAÑA de Suncamal es una empresa potencial para la productividad y exportación de panela granulada hacia Europa, estimando la asociatividad como una estrategia significativa potencializando la comercialización de BIOCAÑA en Hamburgo.
- La comercialización de panela granulada está en continuo crecimiento, fundamentalmente países de la Unión Europea son los que más consumen , en sí Hamburgo –Alemania ha sido un mercado potencial de productos orgánicos entre , sus hábitos de compra y consumo son un perfil alto e interesante para la exportación de BIOCAÑA panela granulada
- Desde el punto de vista económico financiero a partir de los costos que han reflejado en el proyecto de asociatividad, mediante la evaluación técnica del mismo se estima que genera rentabilidad y una recuperación de inversión aceptable para las empresas asociadas como la Asociación de mujeres productoras de panela granulada de Suncamal, CODESPA y MIPRO que desean invertir.

RECOMENDACIONES

- Implantar la inserción de nuevos equipos tecnológicos mejorando los ingresos económicos de la asociación, obteniendo el máximo porcentaje de utilidad y por ende de ganancia.
- Los productores y trabajadores deben capacitarse constantemente mediante asistencias técnicas para mejorar las condiciones de producción y comercialización de BIOCAÑA (panela granulada) de manera sostenible.
- Se recomienda que la asociación de mujeres productoras de panela granulada del Recinto Suncamal en conjunto con CODESPA y MIPRO tomen en consideración el presente proyecto de exportación y pongan en ejecución, puesto que técnicamente es factible generando rentabilidad y una recuperación de inversión aceptable.

BIBLIOGRAFÍA

- Daniels, J. D., et al (2014) , *Negocios Internacionales*, 10ed, Mexico, Person Education
- Perez, H. (2011), *Tesis de Maestría. En competitividad a partir de agrupamientos industriales* , Colombia
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P). *EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL*. Barcelona , Gestion 2000
- Mankiw, N. G. (2012, *Principios de Economía* . EDICIONES PARANINFO.
- Moreno, M. G. (2000). *Introducción a la metodología de la investigación Educativa 2*. Mexico: Progreso.
- Palacios, L. (2010). *Dirección Estratégica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Perego, L. H. (2011). *competitividad y clusters Productivos* .Lima, Ecoediciones
- Zapata Sanchez, P. (2007). *CONTABILIDAD DE COSTOS* . Mexico: Mc Graw-Hill .
- Taylor, F., & Fayol, H. (1987). *Administración Industrial y General, Principios de la Administración Científica*. Buenos Aires: "EL ATENEO"
- Tejero, J. J. *Transporte marítimo y aéreo* , Madrid España, Esic
- Velez, G. A. (2004). *Proyectos, Formulación, Evaluación y Control*, Bogota, editmundo

LINKGRAFÍA:

COMMISSION, E. (23 de 11 de 2014). *Trade Export Helpdesk*. Recuperado el 16 de 12 de 2015, de Trade Export Helpdesk: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es

Cruz, A. H. (s.f.). *español al día , normas de uso comun* . Obtenido de Felipe, N. c. (6 de octubre de 2006). *La estrategia en la administracion*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/la-estrategia-en-la-administracion/>

Ferrer, J. (s.f.). www.conceptodemetododeductivoinductivo2011.com & [dg.com](http://www.dg.com).

Frascati, M. d. (05 de Febrero de 2014). *Definicion del Concepto de Proyecto de Investigacion (DGI/A - VMGA)*. Obtenido de [http://redpeia.minam.gob.pe/admin/files/Proyecto%20de%20investigaci%C3%B3n%20ambiental%20\[Modo%20de%20compatibilidad\].pdf](http://redpeia.minam.gob.pe/admin/files/Proyecto%20de%20investigaci%C3%B3n%20ambiental%20[Modo%20de%20compatibilidad].pdf)

Freire, X. A. (JUNIO de 2011). *Re-implementacion del Balnaced Scorecard- Cuadro de Mando Integral- Como herramienta de Control y Seguimiento de la Planificacion Estratégica en la Direccion de la Industria Aeronáutica de la F.A.E*. Obtenido de <http://repositorio.iaen.edu.ec/handle/24000/2587>

Sierra, P. G. (28 de Enero de Oviedo 1999). *Manual de Materialismo Filosófico; Una introducción Analítica*. Obtenido de Biblioteca Filosofía en español: http://www.dianoesis.net/diccionario%20de%20filosofia_Pelayo_Garc%C3%83%C2%ADa_Sierra.pdf

Taboada, A. G. (36 de Enero-Junio de 2012). *Teoria de la Empresa :LAS PROPUESTAS DE COASE, ALCHIAN Y DEMSETZ, WILLIAMSON, PENROSE Y NOOTEBOOM*. Obtenido de

ANEXOS

Anexo N. 1 Comprobante de Directivos de Organización



Fecha de Generación de Documento: 29/09/2015

Validez de Documento: 30 días a partir de la fecha de generación

COMPROBANTES DE DIRECTIVOS DE ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

SECTOR: ASO
RUC: 0691714624001
RAZÓN SOCIAL: ASOCIACION DE MUJERES CAMPESINAS PRODUCTIVAS DE SUNCAMAL
PROVINCIA: CHIMBORAZO
CANTÓN: CUMANDA
PARROQUIA: CUMANDA
DIRECCIÓN: RECINTO SUNCAMAL s/h A CIEN METROS DE LA ESCUELA
TELÉFONO: 042727386
SEGMENTO NIVEL: N/A
ESTADO: ACTIVA

DIRECTIVOS

REPRESENTANTE LEGAL (ADMINISTRADOR): BUSTAMANTE LILIA
PRESIDENTE: GERMANIA ROBALINO ERAZO ROSA GLORIA
SECRETARIO:
PRESIDENTE JUNTA DE VIGILANCIA:

La información constante en el presente documento, corresponde a la recibida de la organización, quien asume cualquier tipo de responsabilidad por error o falsedad en la misma. En caso de querer validar ésta información deberá ingresar en la página web: www.seps.gob.ec

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA



Anexo N. 2 Registro Único De MIPYMES



GOBIERNO NACIONAL DE
LA REPÚBLICA DEL ECUADOR



Ministerio
de Industrias
y Productividad

REGISTRO ÚNICO DE MIPYMES

R.U.M. No. 0691714624001

MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD

SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO DE MIPYMES Y ARTESANÍAS

CONSIDERANDO:

Que, el Artículo 56 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones crea el Registro Único de las Mipymes con la finalidad de identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, y generar una base de datos que permita contar con un sistema de información del sector en cuanto a su participación en programas públicos de promoción, apoyo a su desarrollo y acceso a incentivos.

Que, los Artículos 106 y 107 del Reglamento a la Estructura e Institucionalidad de Desarrollo Productivo, de la Inversión y de los Mecanismos e Instrumentos de Fomento Productivo, establecidos en el Código de la Producción, Comercio, e Inversiones, determinan los parámetros de categorización de micro, pequeña y mediana empresa.

Que, el Capítulo II del citado Reglamento establece los objetivos, propósito, contenido, transparencia y publicación de la información del Registro Único de MIPYMES.

Que, el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, emite el Acuerdo Ministerial No. MCPEC-DM-2011-042 de 08 de agosto de 2011, por el cual, dispone que el Ministerio de Industrias y Productividad realice la categorización y emisión de certificados de calificación de las MIPYMES.

CERTIFICA:

Que, una vez verificado el cumplimiento de todos los requisitos exigidos para la categorización de las MIPYMES, la Unidad Productiva ASOCIACION DE MUJERES CAMPESINAS PRODUCTIVAS DE SUNCAMAL, con R.U.C. / R.I.S.E. 0691714624001, domiciliado en la ciudad de CHIMBORAZO, provincia de CHIMBORAZO, constituye una MIPYME con categoría de:

MICRO EMPRESA

Este registro tendrá un período de vigencia de UN AÑO, contado a partir de la fecha de emisión del correspondiente certificado.

Quito, D.M., 05 de Junio de 2015



SUBSECRETARIO DE DESARROLLO DE MIPYMES Y ARTESANÍAS

Anexo N. 4 Comercialización - BIOCAÑA



Anexo N. 5 Asociación de Mujeres Productivas



Anexo N. 6 Asamblea General



Anexo N. 7 Recorrido por las Parcelas de Caña de Azúcar



Anexo N. 8 Directivos de la Asociación



Anexo N. 9 Logo de la Asociación



Anexo N. 10 Logo del Producto

